

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

MARIANA CAXAMBU FREITAS

**AS RELAÇÕES PÚBLICAS, A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL E A  
INCLUSÃO DE REFUGIADOS: UM MAPEAMENTO DE PRÁTICAS DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

CURITIBA

2017

MARIANA CAXAMBU FREITAS

**AS RELAÇÕES PÚBLICAS, A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL E A  
INCLUSÃO DE REFUGIADOS: UM MAPEAMENTO DE PRÁTICAS DE  
RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social, habilitação em Relações Públicas, da Universidade Federal do Paraná como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em Comunicação Social – Relações Públicas.

Orientadora: Profa. Dra. Regiane Regina Ribeiro

CURITIBA

2017

## **TERMO DE APROVAÇÃO**

MARIANA CAXAMBU FREITAS

### **AS RELAÇÕES PÚBLICAS, A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL E A INCLUSÃO DE REFUGIADOS: UM MAPEAMENTO DE PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL**

Monografia aprovada como requisito parcial à obtenção do título de Bacharela em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, do setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná e aprovada pela seguinte banca examinadora:

Orientadora: Prof. Dra. Regiane Ribeiro  
Setor de Artes, Comunicação e Design, UFPR

Profa. Ma. Milene Rocha  
Setor de Artes, Comunicação e Design, UFPR

Profa. Dra. Elaine Javorski  
Centro Universitário Autônomo do Brasil – Unibrasil

Curitiba, 28 de junho de 2017.

## **AGRADECIMENTOS**

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram minha experiência na graduação. Estudar na UFPR contribuiu para além de minha evolução acadêmica e representou um intenso aprendizado pessoal e profissional.

À minha orientadora Regiane, pelas correções, didática, paciência e suporte. Ainda bem que tive a oportunidade de ter aulas e orientações contigo; sem sua participação, a minha formação acadêmica seria incompleta. Obrigada e continue sendo essa professora tão inspiradora.

Aos meus pais, pelo amor, amizade, apoio incondicional e pelas longas conversas sobre os planos para o meu futuro. Vocês são a minha vida e sem vocês nada disso teria acontecido. Obrigada por tudo.

Aos meus amigos, Ismin, Gabriela, Ivan, André e Lívia. Obrigada pelo incentivo infinito e por sempre estarem dispostos a me ajudar em todas as situações.

Aos presentes que a Floresta me deu: Maryani, Ana Carolina, André, Flávia, Gessica, Thaynara, Marcos, Isabelle, Daniel, Kaype e Alessandra. Obrigada por fazerem a minha experiência acadêmica ser muito mais divertida.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigada.

## RESUMO

De acordo com o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), o Brasil é o país que mais acolhe refugiados na América Latina. Entretanto, esses grupos, quando estão no Brasil, enfrentam diversos obstáculos para se integrar na sociedade brasileira, como por exemplo, a dificuldade do acesso ao trabalho e outros serviços sociais essenciais, além de passarem por problemas relacionados ao racismo e à xenofobia. Diante desse contexto, a partir de uma fundamentação teórica baseada nos Estudos Culturais, o presente estudo objetivou mapear e analisar as práticas de responsabilidade social empresariais por parte da iniciativa privada pelo viés da comunicação intercultural, buscando entender quais as possibilidades de inclusão a partir das estratégias desenvolvidas para essa minoria. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica, documental e de teor qualitativo. Foram mapeados os programas de Responsabilidade Social para refugiados e portadores de visto humanitário e, posteriormente, foi enviado aos gestores dos projetos um questionário semiestruturado. Os dados foram analisados a partir das respostas dos executivos e da análise dos documentos disponíveis de cada projeto. Com isto posto, os resultados presentes, principalmente no discurso dos gestores, demonstram que a realização da proposta intercultural na prática é mais complexa do que parece, mas que sem ela, dificilmente as ações ligadas à valorização da diversidade cultural se efetivarão.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Diversidade cultural. Interculturalidade. Refugiados e portadores de visto humanitário. Organizações privadas.

## **ABSTRACT**

According to the United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR), Brazil is the country that most welcomes refugees in Latin America. However, these groups, once they are in Brazil, face several obstacles to integrate into Brazilian society, such as the difficulty of access to work and other essential social services, as well as problems related to racism and xenophobia. Given this context, based on a theoretical study of works related to Cultural Studies, this investigation aimed to map and analyze the practices of corporate social responsibility of the private sector, through the bias of intercultural communication, seeking to understand the possibilities of inclusion of the social strategies created for this minority. The methodology used was the bibliographical, documentary and qualitative research. In this sense, in order to collect the data, the Social Responsibility programs for refugees and humanitarian visa holders were mapped and a semi-structured questionnaire was sent to project managers. The data were analyzed based on the executives' answers and the analysis of the available documents of each project. Thus, the results present mainly in the speech of the managers demonstrate that the realization of the intercultural proposal in practice is more complex than it seems, but without it, the actions linked to the appreciation of cultural diversity will hardly take effect.

**Keywords:** Social responsibility. Cultural diversity. Interculturality. Refugees and holders of humanitarian visas. Private organizations.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 –	DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS SOLICITAÇÕES DE ASILO EM OUTUBRO/2014.....	18
FIGURA 2 –	PERFIL DOS REFUGIADOS.....	18
FIGURA 3 –	NÍVEL EDUCACIONAL DOS REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO EM CURITIBA.....	19
GRÁFICO 1 –	SEXO DOS ENTREVISTADOS.....	69
GRÁFICO 2 –	IDADE DOS ENTREVISTADOS.....	69
GRÁFICO 3 –	ÁREA DE FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS ENTREVISTADOS....	70
GRÁFICO 4 –	OBJETIVO DO PROJETO.....	71
GRÁFICO 5 –	MOTIVOS PARA A CRIAÇÃO DO PROJETO.....	72
GRÁFICO 6 –	CONHECIMENTO DO PÚBLICO INTERNO.....	73
GRÁFICO 7 –	PARTICIPAÇÃO DOS REFUGIADOS.....	74
GRÁFICO 8 –	NÚMERO DE PESSOAS COM O DOMÍNIO DO PORTUGUÊS.....	74
GRÁFICO 9 –	LÍNGUAS UTILIZADAS NA EXECUÇÃO DO PROJETO.....	75
GRÁFICO 10 –	PARCERIA COM ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL.....	76
GRÁFICO 11 –	VERIFICAÇÃO DOS RESULTADOS.....	77

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 –	AS PRINCIPAIS OCUPAÇÕES QUE MAIS ADMITIRAM HAITIANOS NO BRASIL NO ANO DE 2014.....	28
TABELA 2 –	MISSÃO E VALORES DA EMPRESA.....	78
TABELA 3 –	PÚBLICO-ALVO.....	79
TABELA 4 –	CONTRIBUIÇÃO DO PROJETO NA SOCIEDADE.....	80
TABELA 5 –	DURAÇÃO DOS PROJETOS.....	81
TABELA 6 –	IMPORTÂNCIA DO PROJETO PARA EMPRESA E SOCIEDADE..	82



## **LISTA DE SIGLAS**

<b>Abin</b>	–	Agência Brasileira de Inteligência
<b>Acnur</b>	–	Agência da Organização das Nações Unidas para Refugiados
<b>CNIg</b>	–	Conselho Nacional de Imigração
<b>Conare</b>	–	Comitê Nacional para Refugiados
<b>IBGE</b>	–	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
<b>MPT-PR</b>	–	Ministério Público do Trabalho do Paraná
<b>OBMigra</b>	–	Observatório das Migrações
<b>ONG</b>	–	Organização Não Governamental
<b>ONU</b>	–	Organização das Nações Unidas

## SUMÁRIO

	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
<b>1</b>	<b>O CENÁRIO DA MIGRAÇÃO NO BRASIL: REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO.....</b>	<b>16</b>
1.1	DADOS SOBRE O REFÚGIO NO BRASIL.....	16
1.2	LEGISLAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS.....	19
1.3	A SITUAÇÃO DOS QUATRO MAIORES GRUPOS DE REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO NO BRASIL.....	23
1.3.1	Sírios.....	23
1.3.2	Colombianos.....	24
1.3.3	Angolanos, congoleses, senegaleses e ganenses.....	25
1.3.4	Haitianos.....	27
<b>2</b>	<b>GLOBALIZAÇÃO, MULTICULTURALISMOS E SEUS DESDOBRAMENTOS.....</b>	<b>30</b>
2.1	GLOBALIZAÇÃO, CULTURA E IDENTIDADE.....	30
2.2	A INTERCULTURALIDADE COMO POSSIBILIDADE NO TRATAMENTO DA DIVERSIDADE CULTURAL.....	33
2.3	ESTIGMA E ESTEREÓTIPO.....	37
2.4	ETNOCENTRISMO, XENOFOBIA E RACISMO.....	39
<b>3</b>	<b>A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL COMO FOMENTADORES DA INCLUSÃO DE REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO NO BRASIL.....</b>	<b>43</b>
3.1	A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E AS RELAÇÕES PÚBLICAS.....	44
3.2	AS POLÍTICAS DE DIVERSIDADE EMPRESARIAIS E A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL.....	48
<b>4</b>	<b>O PERCURSO METODOLÓGICO.....</b>	<b>54</b>
4.1	PRIMEIRA ETAPA.....	54
4.2	SEGUNDA ETAPA: A PESQUISA EXPLORATÓRIA.....	55
4.2.1	Os projetos de responsabilidade social encontrados.....	55
4.2.1.1	Empoderando Refugiadas.....	55

4.2.1.2	Programa de Apoio para a Recolocação dos Refugiados – PARR.....	57
4.2.1.3	Trilhas da Cidadania.....	58
4.2.1.4	Escola de Costura para Refugiadas.....	59
4.2.1.5	Curso de Português para Refugiados.....	60
4.2.1.6	Refugiado Empreendedor.....	61
4.4	A COLETA DE DADOS.....	62
<b>5</b>	<b>OS RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS.....</b>	<b>64</b>
5.1	UM BREVE PERFIL DAS EMPRESAS PARTICIPANTES.....	64
5.1.1	EMDOC – Projeto PARR.....	64
5.1.2	Editora Moderna – Projeto Trilhas da Cidadania.....	65
5.1.3	Sesc São Paulo – Curso de Português para Refugiados.....	65
5.1.4	Sodexo – Projeto Empoderando Refugiadas.....	66
5.1.5	Fox Time – Projeto Empoderando Refugiadas.....	67
5.1.6	UNDP – Projeto Empoderando Refugiadas.....	67
5.2	O QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO: RESULTADOS.....	68
5.2.1	Os resultados das questões fechadas.....	68
5.2.1.1	O perfil dos entrevistados.....	68
5.2.1.2	As perguntas direcionadas à organização e ao projeto.....	71
5.2.2	Os resultados das questões abertas.....	78
<b>6</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>84</b>
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>91</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>94</b>
	<b>APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO.....</b>	<b>100</b>
	<b>APÊNDICE 2 – RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS POR EMPRESA...102</b>	

## INTRODUÇÃO

A escolha do tema desta investigação não ocorreu à toa e está totalmente ligada com a minha trajetória pessoal. Já realizei dois intercâmbios: um para a Dinamarca e outro para o Canadá. Além de todo o crescimento pessoal que ambos os países me proporcionaram, acredito que o aspecto mais interessante foi como essas experiências me mostraram o que é a diversidade cultural, e, principalmente, de que forma cada sociedade lida com ela; mais especificamente, como cada país trata a questão da migração. Além disso, sempre tive muito interesse pela noção de interculturalidade, o que explica a minha participação como voluntária em uma organização sem fins lucrativos, que busca promover a paz mundial por meio da aprendizagem intercultural. Com relação à responsabilidade social, participei por quase dois anos de projetos de iniciação científica que envolviam esse tema, um denominado "As Relações Públicas como Processo Educativo para a construção da cidadania e capital social nas organizações: uma análise dos programas de responsabilidade social em empresas paranaenses" e o outro chamado "Diversidade Sexual nas Organizações: entre o discurso social e a realidade marginalizada", sendo essa participação fundamental para que eu me sentisse mais segura para tratar do assunto nessa monografia. Já a temática da crise de refugiados do mundo despertou meu interesse devido à chegada dos haitianos após o terremoto de 2010 e ao elevado número de pessoas buscando asilo ao redor do globo.

Diante disso, vale recordar a ação realizada nas Olimpíadas do Rio de Janeiro em 2016. Na ocasião, pouco importava o quadro de medalhas da equipe; ainda assim, os dez atletas que fizeram parte da equipe de refugiados do Comitê Olímpico Internacional foram ovacionados pelo público e considerados os grandes vitoriosos dos jogos. A equipe era composta por refugiados de quatro países afetados por guerras: Síria, República Democrática do Congo, Etiópia e Sudão do Sul.

Essa iniciativa teve como objetivo chamar atenção sobre a atual situação dos refugiados no mundo, que representa a maior crise humanitária desde a 2ª Guerra Mundial. De acordo com dados do Alto Comissariado das Nações Unidas Para Refugiados (ACNUR), divulgados em junho de 2016, o total de pessoas forçadas a deixar suas casas em razão da guerra ou de perseguições chegou em 2015 a 65,3

milhões em todo o mundo<sup>1</sup>. O ACNUR aponta ainda que os países em desenvolvimento são os que mais recebem refugiados. De toda a América Latina e Caribe, o Brasil é o país que mais os acolhe.

Mas, afinal, o que é um refugiado? Como se diferencia de um migrante? O ACNUR, define os refugiados como pessoas que escaparam de conflitos armados ou perseguições – religiosas, políticas etc. – e que foram forçadas a se deslocar para territórios internacionais em busca de segurança, devido à situação perigosa e de vulnerabilidade em que seus países se encontram. Ao atravessar as fronteiras nessas condições, o refugiado é reconhecido internacionalmente, obtendo proteção e assistência dos Estados, do ACNUR e de outras organizações. Esse reconhecimento ocorre pelo fato de ser muito perigoso voltar ao seu país; desse modo, necessitam de um asilo em algum outro lugar. Conforme o ACNUR, “para estas pessoas, a negação de um asilo pode ter consequências vitais” (ACNUR, 2015).

Os migrantes optam por mudar de país “não por causa de uma ameaça direta de perseguição ou morte, mas principalmente para melhorar sua vida em busca de trabalho ou educação, por reunião familiar ou por outras razões” (ACNUR, 2015). Os migrantes podem voltar ao seu país; os refugiados, por sua vez, tanto não podem, quanto não recebem a proteção do seu governo.

Tendo essa diferença estabelecida, o presente trabalho tem como pano de fundo a questão do refúgio no Brasil que, apesar de acolher refugiados, ainda desenvolve poucas políticas públicas de assistência, políticas que acabam sendo incapazes de incluir essas pessoas na sociedade. Essa minoria, apesar de ter seus direitos sociais assegurados por lei, encontra diversos obstáculos para conseguir emprego, ter uma moradia e acesso à educação, por exemplo. Portanto, a não integração desse grupo acarreta em problemas sociais que afetam não só os refugiados e portadores de visto humanitário, mas a sociedade brasileira como um todo.

Em termos sociais, sob nenhuma circunstância deve-se ignorar esse cenário tanto em nível global quanto local; afinal, estamos presenciando a maior crise de refugiados da história e o Brasil é o que mais acolhe os solicitantes de refúgio na América Latina e Caribe. A marginalização do refugiado é geradora de um problema social, que, portanto, afeta a sociedade brasileira como um todo. Assim sendo, esta

---

<sup>1</sup> Segundo notícia disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/06/numero-de-deslocados-em-todo-o-mundo-passa-de-65-milhoes-diz-onu.html>>

pesquisa se justifica – socialmente falando – por mostrar qual é o posicionamento da iniciativa privada com relação a esse problema social.

Uma alternativa de que as organizações privadas podem fazer uso na busca de soluções para as sociedades é a responsabilidade social, que implica “na obrigação das organizações em perseguir políticas, tomar decisões e seguir linhas de ação em consonância com objetivos e valores desejáveis pela sociedade” (BOWEN, 1953 apud OLIVEIRA et al., 2015, p. 4). Além disso, a responsabilidade social empresarial, por representar um conjunto de ações essenciais nas Relações Públicas, vai muito além da busca de um diferencial de imagem e uma vantagem competitiva entre as organizações, uma vez que estas práticas demonstram o engajamento com o social por parte das empresas.

Nesse sentido, as Relações Públicas representam um elemento fundamental para guiar essas práticas que contribuem com o desenvolvimento de uma sociedade. Assim, a presente monografia confere relevância para a área, por investigar além do discurso inclusivo desses projetos, visando verificar se as ações cumprem com o seu dever social de forma efetiva entre seus *stakeholders*.

A partir desse contexto e do posicionamento da iniciativa privada através das Relações Públicas com relação ao crítico cenário de refúgio no Brasil, busca-se responder o seguinte questionamento: como são as ações de Responsabilidade Social de organizações privadas que desenvolvem projetos ligados à inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil e de que forma os aspectos da Comunicação Intercultural aparecem nesses projetos e no discurso dos gestores?

Diante disso, o objetivo geral desta investigação é mapear as ações de Responsabilidade Social de organizações privadas que desenvolvam projetos ligados à inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil e identificar quais aspectos da Comunicação Intercultural estão presentes nessas ações. Entre os objetivos específicos estão:

- Conceituar e apresentar o cenário de imigração no Brasil, com foco nos refugiados e portadores de visto humanitário;
- Discutir os conceitos de globalização, cultura, diversidade e interculturalidade;
- Apresentar e descrever as práticas de Responsabilidade Social voltadas para refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil;
- Analisar como a iniciativa privada posiciona as Relações Públicas, através

da Responsabilidade Social Empresarial, quanto à inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário;

- Demonstrar que as questões de interesse coletivo e de inclusão de minorias constituem um campo de grande importância para as Relações Públicas;

- Evidenciar o papel da Comunicação Intercultural como condição para a efetividade dos projetos de responsabilidade social empresarial.

Sendo assim, esse estudo está dividido em sete capítulos. No primeiro deles, há uma apresentação do cenário da migração no Brasil com foco nos refugiados e portadores de visto humanitário. São mostrados dados, fatos e um pouco da legislação para fundamentar a exibição desse panorama.

O segundo capítulo busca explorar os conceitos de identidade, cultura, diversidade, multiculturalidade e interculturalidade e como estes foram impactados pela globalização. Além disso, a problemática da diferença também é tratada, por ser um conceito que nos remete às noções de xenofobia e racismo, que estão relacionadas com a realidade vivida pelos refugiados. Já no terceiro capítulo, o foco é a relação entre a noção de responsabilidade social, relações públicas e a proposta intercultural.

O quarto capítulo exhibe o percurso metodológico da pesquisa, que inicialmente, através de uma pesquisa exploratória acerca do tema, teve como resultado o mapeamento e a descrição dos projetos de responsabilidade social realizados por organizações privadas no Brasil. Dessa forma, com o intuito de coletar os dados, foi criado um questionário semiestruturado, sendo este enviado para os gestores destes projetos.

As respostas do questionário são encontradas no capítulo cinco. Enquanto que o sexto capítulo, apresenta a análise da descrição dos projetos e das respostas dos questionários, bem como a relação das categorias teóricas da comunicação intercultural com o discurso dos projetos e das falas dos gestores. Por fim, as considerações finais são desenvolvidas no sétimo capítulo da monografia.

## 1 O CENÁRIO DA MIGRAÇÃO NO BRASIL: REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO

O Brasil é signatário dos principais tratados e convenções sobre refugiados, como a Convenção das Nações Unidas sobre o Estatuto dos Refugiados, de 1951, e o Protocolo da ONU sobre o Estatuto dos Refugiados, de 1967, que amplia o conceito de refúgio. Além disso, o governo orgulhosamente declara que entre os países emergentes é o principal doador de recursos financeiros à Agência da ONU para Refugiados e o que mais estimula a adoção de documentos que ampliam a proteção de vítimas de deslocamentos forçados<sup>2</sup>. No entanto, este primeiro capítulo, ao apresentar o cenário de refúgio no Brasil, denuncia uma realidade que o governo brasileiro não expõe: a marginalização dos refugiados e portadores de visto humanitário no país. A intenção desse primeiro momento da monografia é apresentar os dados sobre o refúgio no Brasil, explorando a realidade dos quatro maiores grupos de refugiados e portadores de visto humanitário no território brasileiro – compostos por refugiados sírios, africanos (angolanos, congolenses, ganenses, entre outros), colombianos, e por portadores de visto humanitário haitianos – e abordar, de forma breve, o funcionamento da legislação direcionada para essa minoria.

### 1.1 DADOS SOBRE O REFÚGIO NO BRASIL

No Brasil, de acordo com o relatório de 2016 do Comitê Nacional para os Refugiados (CONARE), as solicitações de refúgio cresceram 2.868% nos últimos cinco anos. Passaram de 966, em 2010, para 28.670, em 2015. Até 2010, haviam sido reconhecidos 3.904 refugiados. Em abril deste ano, o total chegou a 8.863, o que representa aumento de 127% no acumulado de refugiados reconhecidos, incluindo reassentados<sup>3</sup>. De acordo com o CONARE, até abril de 2016, o Brasil possuía 8.863

---

<sup>2</sup> Segundo notícia disponível em: <<http://www.justica.gov.br/noticias/solicitacoes-de-refugio-no-brasil-cresceram-800-nos-ultimos-quatro-anos>>. Acessado em: 7/09/2016.

<sup>3</sup> Segundo a definição da ACNUR, os refugiados assentados são aqueles que não podem ou não querem voltar para o seu país, pois teriam de enfrentar perseguições contínuas. Mesmo buscando proteção em outro país, estes se sentem ameaçados ou passam por necessidades. Em tais circunstâncias, o ACNUR ajuda a reassentar refugiados em um terceiro país, como a única solução segura e viável. De todos os refugiados sob os cuidados do ACNUR em todo o mundo, apenas uma pequena parte é indicada para o reassentamento.

De acordo com o jornal Folha de S. Paulo, os reassentados têm, pela lei brasileira, o mesmo status de quem solicita o seu refúgio diretamente no Brasil. Possuem direito à mobilidade, a serviços de educação e saúde, e podem tirar documentos de identidade e de trabalho. Mas ao contrário dos refugiados que



refugiados reconhecidos, de 79 nacionalidades distintas. Os principais grupos são compostos por nacionais da Síria (2.298), Angola (1.420), Colômbia (1.100), República Democrática do Congo (968) e Palestina (376) (ACNUR; CONARE, 2016). Estes dados não incluem informações relacionadas aos nacionais do Haiti que chegam ao Brasil desde o terremoto de 2010, pois entram no país com o visto de residência permanente por razões humanitárias. O tópico 1.2 deste capítulo, a seguir, explicita de forma mais clara este ponto.

Em 2010, o Departamento de Polícia Federal recebeu 966 pedidos de entrada de refugiados no Brasil. Cinco anos depois, o número chegou a 28.670. Enquanto o número de solicitações cresceu 2.868%, o número de pedidos aprovados cresceu somente 127% no mesmo período (RODRIGUES, 2016). Apesar de o número de pedidos ter aumentado no Brasil, mesmo levando em consideração os quase 50 mil haitianos solicitantes de visto humanitário, o número é insignificante. Apenas entre os países industrializados, 2015 teve 2 milhões de solicitações de refúgio registradas, número nunca alcançado antes, representando um total de 3,2 milhões de casos pendentes ao final de 2015<sup>4</sup>.

No Brasil, se tratando de estrangeiros, o número de pessoas registradas é bem mais alto. Conforme Ávila (2016, p. 94),

[...] aproximadamente 833 mil estrangeiros estão registrados no Brasil na última pesquisa realizada pelo Observatório de Migrações da Universidade de Brasília (OBMigra/UnB). Esse número demonstra um déficit de entradas para saídas no território brasileiro, ou seja, há mais brasileiros saindo do país do que estrangeiros entrando, segundo o levantamento da mesma organização. Outra informação levantada pelo OBMigra/UnB é de que a imigração para o Brasil, de fato, é uma imigração para o Sul do país, sendo que 75% buscam nos três estados do Sul brasileiro, além de São Paulo, lugares para viver.

Nesse sentido, a Figura 1 confirma que entre os refugiados, também há preferência em buscar pelos estados do Sul, pois o maior número de solicitações de asilo está na região Sul (35%), seguida da região Sudeste (35%).

---

buscam primeiro o Brasil, os reassentados recebem assistência financeira da ACNUR – que recebe doação do governo, mas também aplica fundos próprios. Desde 2012 até início de 2016, o Brasil reassentou 655 refugiados, especialmente afegãos, colombianos e palestinos – estes vieram, em sua maioria, da Jordânia.

Em 2016, o governo brasileiro anunciou que estuda aplicar um projeto de financiamento privado para a assistência de refugiados reassentados – modelo que é aplicado pelo Canadá desde 1979.

<sup>4</sup> <<http://nacoesunidas.org/acnur-deslocamento-forcado-atinge-recorde-global-e-afeta-653-milhoes-de-pessoas/>>. Acessado em: 07/09/2016.

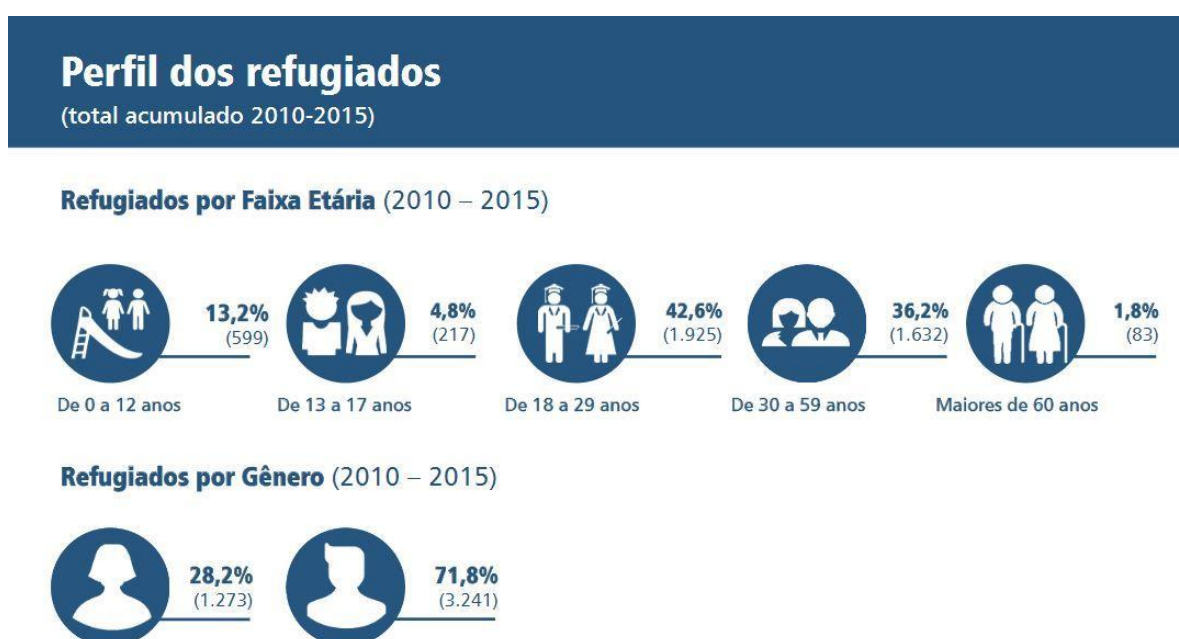
FIGURA 1 – DISTRIBUIÇÃO GEOGRÁFICA DAS SOLICITAÇÕES DE ASILO EM OUTUBRO/2014



FONTE: ACNUR, 2016.

Conforme a Figura 2, disponibilizada pelo ACNUR e CONARE, a maioria dos refugiados são homens e a maioria das pessoas tem entre 18 a 29 anos:

FIGURA 2 – PERFIL DOS REFUGIADOS

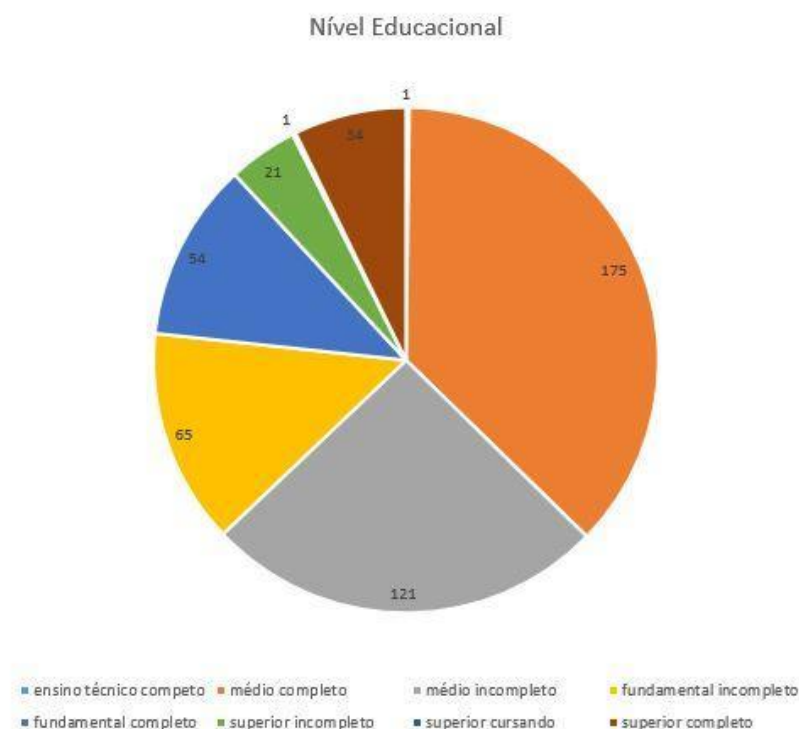


FONTE: ACNUR; CONARE, 2016.

Com relação ao nível educacional, foi realizada uma pesquisa com refugiados e

portadores de visto humanitário que vivem em Curitiba e a maioria declarou ter ensino médio completo, como está representado na Figura 3.

FIGURA 3 – NÍVEL EDUCACIONAL DOS REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO EM CURITIBA



FONTE: Projeto Linyon (2016)

## 1.2 LEGISLAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

O Brasil é signatário dos principais tratados internacionais de direitos humanos e faz parte da Convenção das Nações Unidas de 1951<sup>5</sup>, que trata sobre o Estatuto dos Refugiados. Dessa forma, em julho de 1997, o governo brasileiro promulgou a Lei de Refúgio (Lei 9.474/1997) adotando a definição ampliada de refugiado estabelecida na Declaração de Cartagena de 1984, que considera a “violação generalizada de direitos humanos” como uma das causas de reconhecimento da condição de refugiado. A Lei de Refúgio, então, criou o Comitê Nacional para os Refugiados (CONARE), um órgão interministerial ligado ao Ministério

<sup>5</sup> Segundo a ACNUR, a Convenção consolida prévios instrumentos legais internacionais relativos aos refugiados e fornece a mais abrangente codificação dos direitos dos refugiados a nível internacional. Ela estabelece padrões básicos para o tratamento de refugiados – sem, no entanto, impor limites para que os Estados possam desenvolver esse tratamento.

da Justiça e que lida principalmente com a formulação de políticas para refugiados, mas também com a integração local desses grupos. A lei assegura a questão da documentação, em que os refugiados têm direito a ter um documento de identificação, de trabalho, e outros direitos civis. Com relação ao ingresso no território nacional, de acordo com a Lei 9.474/1997,

Art. 7º – O estrangeiro que chegar ao território nacional poderá expressar sua vontade de solicitar reconhecimento como refugiado a qualquer autoridade migratória que se encontre na fronteira, a qual lhe proporcionará as informações necessárias quanto ao procedimento cabível.

Art. 8º – O ingresso irregular no território nacional não constitui impedimento para o estrangeiro solicitar refúgio às autoridades competentes. (BRASIL, 1997)

Pelo fato de o Brasil ser signatário do tratado que lida com os refugiados, ter feito parte da Convenção das Nações Unidas de 1951, e ter fortes relações diplomáticas com o Haiti – o que será explicado na sessão 1.3.4 desse capítulo –, o Brasil passou a conceder vistos humanitários para provenientes da ilha caribenha como medida de proteção complementar. Diante disso, o Programa de Vistos Humanitários para cidadãos haitianos foi criado pelo Itamaraty e pelo Ministério da Justiça em janeiro de 2012, em função de atender as solicitações de permanência no Brasil dessa nacionalidade, que estava chegando ao país de forma ilegal através da rota terrestre, após as desastrosas consequências humanitárias do terremoto de 2010. No caso dos haitianos, o status ideal não se enquadrava em nenhum dos vistos – de refúgio, turismo, de estudo ou de trabalho. Portanto, houve a necessidade de criar a resolução que origina o Programa de Vistos Humanitários para haitianos, conforme a Resolução Normativa n. 17 de 2012:

O Conselho Nacional de Imigração, instituído pela Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980 e organizado pela Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, no uso das atribuições que lhe confere o Decreto nº 840, de 22 de junho de 1993, Resolve:

Art. 1º – Ao nacional do Haiti poderá ser concedido o visto permanente previsto no art. 16 da Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980, por razões humanitárias, condicionado ao prazo de 5 (cinco) anos, nos termos do art. 18 da mesma Lei, circunstância que constará da Cédula de Identidade do Estrangeiro.

Parágrafo único – Consideram-se razões humanitárias, para efeito desta Resolução Normativa, aquelas resultantes do agravamento das condições de vida da população haitiana em decorrência do terremoto ocorrido naquele país em 12 de janeiro de 2010. (BRASIL, 2012)

O que diferencia o status de portador de visto humanitário com relação ao de

refugiado é que o primeiro é aplicado não apenas a pessoas que deixam seus países de origem sob temor de perseguição ou em situações de conflito armado, mas também a vítimas de crises econômicas e ambientais, sendo que essas duas últimas categorias não são abrangidas no refúgio (CHARLEAUX, 2016). A resolução desse programa foi criada somente para os haitianos e teve como principal resultado a regularização migratória definitiva de 43.871 processos que tramitavam no Conare até outubro de 2015 (ACNUR; CONARE, 2016). Os nacionais do Haiti chegam no país com o visto humanitário e devem solicitar o visto de residência permanente.

Devido ao grave quadro de violações de direitos humanos na Síria por conta do conflito que se estende desde 2011, o Conare, em setembro de 2013, decidiu expandir a concessão de visto humanitário para sírios também, criando uma nova modalidade do visto humanitário para esse grupo. Conforme a Resolução Normativa n. 17 de 2013,

Art. 1º – Poderá ser concedido, por razões humanitárias, o visto apropriado, em conformidade com a Lei nº 6.815, de 19 de agosto de 1980, e do Decreto 86.715, de 10 de dezembro de 1981, a indivíduos afetados pelo conflito armado na República Árabe Síria que manifestem vontade de buscar refúgio no Brasil.

Parágrafo único – Consideram-se razões humanitárias, para efeito desta Resolução Normativa, aquelas resultantes do agravamento das condições de vida da população em território sírio, ou nas regiões de fronteira com este, como decorrência do conflito armado na República Árabe Síria. (BRASIL, 2013)

Com esse visto especial, os sírios chegam ao país com mais segurança jurídica, pelo fato de já terem adquirido o visto humanitário prévio nas embaixadas da Jordânia, Líbano e Turquia. Somente ao chegar no Brasil, diferentemente dos haitianos, eles devem solicitar o status de refugiado.

Diante do cenário contemporâneo de migrações no Brasil e no mundo, em 2017, a Lei 6.815 de 1980, conhecida como o Estatuto do Estrangeiro foi substituída pela nova Lei de Migrações. O Estatuto do Estrangeiro foi criado no período da Ditadura Militar, possuindo um caráter mais regulatório e voltado para a segurança no país. De acordo com Ávila (2016, p. 95):

A forma restritiva do Estatuto do Estrangeiro não é novidade, no entanto, relaciona-se à ideia clássica da migração seletiva, segundo a qual, os países, inclusive o Brasil, selecionavam o tipo de imigrante desejável ao país, especialmente nas políticas de embranquecimento e no período das guerras mundiais. Além disso, o Estatuto em vigor no país restringe a participação

política de migrantes em território nacional, reservando aos nacionais a “cidadania plena”.

O Conselho Nacional de Imigração (CNIg), o Comitê Nacional para Refugiados (Conare) e diversas organizações da sociedade civil passaram a debater sobre a reformulação do Estatuto do Migrante. Nesse sentido, a nova Lei de Migração condiz muito mais com a realidade atual, pois, segundo Ávila (2016), ela desburocratiza a concessão de vistos para estudantes, investidores e acadêmicos e tem caráter mais acolhedor para nacionais de países em situação de risco. Ao contrário do Estatuto do Estrangeiro, a nova lei adota o princípio da não discriminação<sup>6</sup>, indicando mais equilíbrio e igualdade no tratamento entre as nacionalidades. Na contramão do que estão fazendo alguns países europeus com suas legislações direcionadas para imigrantes, a Lei de Migração assume um caráter humanitário, pois amplia a concessão de vistos humanitários, combate a discriminação e coloca um fim na criminalização do imigrante<sup>7</sup>.

Com relação à estrutura do poder público para lidar com as questões ligadas à migração e refúgio, o Brasil ainda precisa avançar muito nesse quesito. O primeiro ponto é a parte administrativa, pois o Brasil é um dos poucos países desprovidos de um serviço específico de migrações, cabendo à Polícia Federal a responsabilidade de processar a maior parte dos pedidos de residência e de refúgio. O país apresenta escassez de medidas concretas voltadas à imigrantes e refugiados, o que torna o acolhimento insuficiente para incluir de verdade esses grupos (NUNES; CAVALCANTI, 2014, p. 136).

Além disso, o governo federal é centralizador nas decisões referentes a migração e refúgio, fazendo com que boa parte dos estados e dos municípios, em geral, não reconheçam o compromisso com a integração dessa minoria. Assim, “a responsabilidade fica com as organizações humanitárias, ONGs, Pastorais e os próprios descendentes já radicados no País, serviços que deveriam ser encargos dos governos” (ZAMBERLAM, 2014, p. 73).

De acordo com Lussi (2015, p. 137), a não identificação pelas políticas públicas das desigualdades sofridas por minorias fragilizadas, como é o caso de migrantes, refugiados e estrangeiros em condição migratória irregular, torna essas

---

<sup>6</sup> Um dos princípios centrais da Declaração Universal dos Direitos Humanos de 1948.

<sup>7</sup> Sobre o assunto, recomenda-se a leitura: <[http://www.brasilpost.com.br/raphael-tsavkko-garcia/precisamos-falar-sobre-imigracao\\_b\\_7129478.html](http://www.brasilpost.com.br/raphael-tsavkko-garcia/precisamos-falar-sobre-imigracao_b_7129478.html)>. Acessado em: 08/09/2016.

minorias excluídas socialmente ou culturalmente, resultando em uma maior violação de direitos desses grupos.

### 1.3 A SITUAÇÃO DOS QUATRO MAIORES GRUPOS DE REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO NO BRASIL

Apesar de o Brasil ter adotado uma política mais flexível de acolhimento, emitindo um visto especial para os grupos fragilizados, o refugiado encontra diversos obstáculos para se integrar na sociedade brasileira. Logo no início se depara com o choque de culturas e dificuldades em aprender o idioma. Além disso, segundo o Alto Comissariado das Nações Unidas para Refugiados (ACNUR), os principais problemas incluem dificuldade em conseguir emprego, acesso à educação superior e aos serviços públicos de saúde e moradia. No caso da moradia, a falta de documentação também dificulta o acesso, pois as condições de aluguel muitas vezes exigem fiador ou pagamento de altas quantias como garantia.

De acordo com a Caritas Arquidiocesana, o refugiado tem o direito a carteira de trabalho, com os mesmos benefícios trabalhistas que os brasileiros, como férias, horas extras e décimo terceiro salário. Entretanto, conseguir uma vaga de trabalho é um desafio. O nível educacional de grande parte dos refugiados é alto, porém eles não têm documentos para comprovar a formação acadêmica ou revalidar o título das universidades. Dessa forma, muitos acabam em subempregos.

Diante disso, a seguir é feita uma descrição breve da realidade dos sírios, colombianos, africanos – angolanos, congolenses, ganenses e senegaleses – e haitianos, que representam os maiores grupos de refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil.

#### 1.3.1 Sírios

Desde o início da crise da Síria em 2011, o Brasil é o país que mais concede asilo a refugiados sírios na América Latina e Caribe e o que mais acolhe em relação a alguns países europeus, tais como: Espanha, Grécia, Itália, Portugal, entre outros (BARRUCHO; COSTA, 2015).

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), são mais de 250 mil mortos na Síria. Já o Centro Sírio para Pesquisa Política aponta mais de 400 mil óbitos

em decorrência do conflito. O número de refugiados sírios pelo mundo é de quase 5 milhões (REIS, 2016).

Devido à expansão da concessão do visto humanitário para os sírios, seguindo a resolução de 2013, além do visto de refúgio, estes entram no Brasil de forma legal, por via aérea. Os sírios estão concentrados nas grandes cidades das regiões Sul e Sudeste do país, principalmente na cidade de São Paulo. A maioria deles tem alta escolaridade; no entanto, as burocracias para comprová-la dificultam o acesso ao emprego. Nesse sentido, boa parte dos sírios acaba buscando outras alternativas para ter renda, como ofícios de cozinheiro ou de comerciante em camelôs, por exemplo, que muitas vezes não geram a renda necessária para sobreviver.

Como no Brasil não há um programa social específico para refugiados, muitos deles acabaram encontrando como solução o Bolsa Família. De acordo com o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, em julho de 2015, cerca de 400 imigrantes sírios que vieram para o Brasil estavam registrados no programa. Não foi informado o valor específico recebido pelos sírios – o benefício médio do programa em 2015 era de R\$ 167 mensais por família (BANDEIRA, 2015).

Além de terem que lidar com os problemas econômicos, os sírios têm de enfrentar a xenofobia. Os números da Secretaria Especial de Direitos Humanos mostram que as pessoas de origem árabe ou de religião muçulmana representam o segundo maior grupo que sofre xenofobia no país (15,45%).

### 1.3.2 Colombianos

A guerra entre o governo colombiano e as Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia (FARC) já deixou mais de 200.000 mortos e provocou o deslocamento forçado de cerca de 6 milhões de refugiados internos de acordo com o ACNUR, tornando a Colômbia o segundo país no mundo com maior número de refugiados internos. Muitos migram para as grandes cidades colombianas, mas outros milhares buscam refúgio em países vizinhos. No Brasil, os colombianos representam o terceiro maior grupo de refugiados, com 1.100 refugiados em 2016, incluindo colombianos reassentados que vieram do Equador<sup>8</sup>, cerca de 360 em 2014. Eles estão distribuídos nas regiões Sudeste e Sul, principalmente nos estados de São Paulo, no Rio Grande

---

<sup>8</sup> Segundo o Ministério da Justiça, o objetivo é cooperar com o Equador na busca por uma solução para os mais de 55 mil colombianos refugiados naquele país.



do Sul e Paraná<sup>9</sup>.

Com relação ao estado do Paraná, o ACNUR assinou com o Governo do Estado e a Federação de Indústrias do Paraná um Protocolo de Intenções para inserir refugiados colombianos que vivem no Equador no mercado de trabalho do Estado. O Projeto ofereceu alternativas para facilitar a integração local e a inserção no mercado laboral de cerca de 200 refugiados até meados de 2016, como aulas de língua portuguesa – ainda no Equador – e viabilização de programas de qualificação social e profissional. A iniciativa aconteceu em parceria com as instituições dos setores público, privado, universidades e sociedade civil (ACNUR, 2014).

Além de entrar no país como solicitantes de asilo, segundo o ACNUR, os colombianos também podem entrar no Brasil através de um acordo firmado entre países do Mercosul em 2014, que possibilita que colombianos – e também argentinos, paraguaios, uruguaios, chilenos e peruanos – solicitem residência permanente no Brasil, mediante o pagamento de uma taxa de R\$ 200 à Polícia Federal. A taxa é vista como alta, considerando que muitas pessoas chegam sem dinheiro e documentos, em uma situação bastante vulnerável. Por esse motivo, muitos optam por solicitar o refúgio<sup>10</sup>.

As principais vias de acesso na fronteira do Brasil e Colômbia são rios controlados por guerrilheiros, grupos armados e narcotraficantes, o que torna a travessia muito perigosa. Entre os grupos ameaçados, estão os povos indígenas, afro-colombianos, crianças e mulheres chefes de família. Quando conseguem atravessar a fronteira, muitas vezes sem dinheiro e desesperados, os refugiados acabam caindo na mão de traficantes que atuam nessas regiões, que lhes oferecem a passagem de barco para Manaus e outras cidades em troca do transporte de drogas<sup>11</sup>. Diante disso, logo quando chegam em território brasileiro, parte desses refugiados são vítimas do tráfico de drogas e de pessoas no Brasil (GRIPP, 2006).

---

<sup>9</sup> Sobre o assunto, recomenda-se a entrevista dada pela antropóloga Angela F. Navia a Juliana Garçon: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/conte-algo-que-nao-sei/angela-facundo-navia-antropologa-problema-nao-o-refugiado-a-causa-14354489>> . Acessado em: 10/09/2016.

<sup>10</sup> Para mais informações sobre a situação de refugiados no Brasil, indica-se: <<http://jornalggn.com.br/noticia/o-levantamento-da-situacao-de-refugiados-no-brasil>>. Acessado em 10/09/2016.

<sup>11</sup> Para mais informações sobre os refugiados colombianos, indica-se: <<http://pib.socioambiental.org/es/noticias?id=43795>>. Acessado em 9/06/2017.

### 1.3.3 Angolanos, congoleses, senegaleses e ganenses

Os refugiados do continente africano que mais chegam no Brasil são da República Democrática do Congo e Angola, mas também chegam senegaleses, guineenses e pessoas de diversas outras nacionalidades. Esses grupos fugiram de cenários de guerras, miséria e perseguições políticas e religiosas. Muitos deles vêm ao Brasil clandestinamente via rota marítima, por meio de navios cargueiros que partiram da África. No território brasileiro, além de enfrentarem os mesmos problemas que os outros grupos de refugiados, os africanos também são vítimas do preconceito racial, da violência e da pobreza – realidade similar à dos haitianos.

Além disso, o Programa de Vistos Humanitários beneficia majoritariamente os nacionais do Haiti, causando “insegurança jurídica quanto a pessoas de outras nacionalidades, como senegaleses, ganenses e todos os que têm utilizado as fronteiras terrestres para entrar no país e solicitar refúgio” (LOPES, 2016, p. 133).

De acordo com a Polícia Federal, a maior parte chega por via aérea. Mas também chegam pessoas pela rota marítima e, em alguns casos, há quem vá primeiro a países da fronteira norte para depois fazer a travessia para o território brasileiro por terra<sup>12</sup>. A rota marítima pode ser considerada um dos principais canais de chegada ilegal no país, em que muitos embarcam e viajam clandestinamente nos porões dos navios.

Com relação ao trabalho formal no Brasil, no caso dos senegaleses e ganenses, eles enfrentam uma situação parecida com a dos haitianos nas atividades econômicas em que são admitidos. Segundo Cavalcanti (2016), em 2014, as ocupações que tiveram um maior número de contratações de senegaleses e ganenses foram: Alimentador de linha de produção, Magarefe, Abatedor, Servente de obras e Faxineiro. A mediana salarial foi de R\$ 960,00 para os senegaleses e R\$ 955,00 para os ganenses, no momento da admissão. Conforme Cavalcanti (2016, p. 241):

Segundo o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), do Ministério do Trabalho e Emprego, em 2014, as admissões no mercado formal dos senegaleses foram concentradas, de forma prioritária, na região Sul do país, sendo os municípios do Estado do Rio Grande do Sul a área

---

<sup>12</sup> Segundo notícia de 10.05.2014: <<http://noticias.terra.com.br/brasil/imigracao-africana-no-brasil-aumenta-30-vezes-entre-2000-e-2012,bcdedc77d62e5410VgnCLD2000000dc6eb0aRCRD.html>> . Acessado em 08/09/2016.

geográfica que mais admitiu trabalhadores dessa nacionalidade no país, com 1.884 admissões, seguido por Paraná, com 375 admissões, e Santa Catarina (372).

Com relação aos ganenses, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e o Distrito Federal foram as Unidades da Federação que mais os admitiram no Brasil, com 394, 114 e 97 ganenses, respectivamente (CAVALCANTI, 2016, p. 245).

#### 1.3.4 Haitianos

No Haiti, o Brasil comanda as forças de paz da ilha caribenha, que têm a participação de tropas de outros 15 países e são o principal fator responsável por restabelecer a segurança e normalidade institucional do país após sucessivos episódios de turbulência política e violência. A operação é conhecida por Minustah (Missão das Nações Unidas para Estabilização do Haiti) e foi criada por Resolução do Conselho de Segurança da ONU, em fevereiro de 2004<sup>13</sup>. Além dos objetivos humanitários e de treinamento de tropas, o governo do então presidente Luiz Inácio Lula da Silva tentava com a ação facilitar seu acesso a uma cadeira no Conselho de Segurança da ONU. Entretanto, a ilha caribenha foi devastada por um terremoto em 2010 e enfrentou dois furacões em 2012, fazendo com que a situação socioeconômica do Haiti se agravasse ainda mais. Dessa forma, muitos haitianos viram como uma nova possibilidade de vida a imigração para o Brasil. Em 2012, com o intuito de fortalecer essa cooperação, o governo brasileiro passou a conceder vistos humanitários, que facilitam a entrada de estrangeiros em relação à concessão de refúgio. A medida ampliou a emissão de vistos pelas embaixadas em Porto Príncipe (Haiti), Quito (Equador) e Lima (Peru).

Apesar de o Programa de Visto Humanitários para haitianos – surgido em 2012 – ter facilitado a entrada de haitianos no Brasil, foi somente em 2015 que os efeitos positivos dessa medida foram sentidos quando, pela primeira vez, o Acre deixou de ser a principal rota para entrada de haitianos. Em 2015, houve uma queda de 96% no número de haitianos ilegais que chegaram ao Brasil pelo estado. Enquanto em janeiro houve o registro de 1.393 imigrantes, em dezembro esse número despencou para 54, segundo a Secretaria de Justiça e Direitos Humanos do Acre

---

<sup>13</sup> Segundo informações do portal do Ministério da Defesa: <<http://www.defesa.gov.br/relacoes-internacionais/missoes-de-paz/o-brasil-na-minustah-haiti>>. Acessado em: 08/08/2016.

(Sejudh). Dados da Divisão de Imigração do Ministério das Relações Exteriores (Itamaraty) apontam que a emissão de vistos a haitianos subiu 1.537% de 2012 a 2015. Isso mostra que os imigrantes têm entrado no país regularizados por capitais como São Paulo e Rio de Janeiro, em vez de fazer a rota terrestre, entrando ilegalmente pelo Acre através dos traficantes de pessoas, conhecidos como “coiotes” (FULGÊNCIO, 2016).

Dados da Agência Brasileira de Inteligência (Abin) mostram que os coiotes trouxeram aproximadamente 38 mil haitianos ao Brasil em quatro anos, com um faturamento ilegal que chegou a 60 milhões de dólares, sendo que as embaixadas brasileiras em Porto Príncipe (Haiti) e Quito (Equador) confirmaram a concessão de 26 mil vistos humanitários aos haitianos. Dados de 2015 também demonstram que, apenas entre janeiro e maio do referido ano, chegaram 7 mil haitianos, número que ultrapassa muito a regulação da entrada permitida pelos vistos humanitários. Com a constante chegada dos haitianos ao Brasil, o governo concedeu a 43.800 deles o visto de residência permanente no Brasil, de forma a facilitar o acesso ao mercado de trabalho e serviços públicos. (ÁVILA, 2016, p. 17)

As políticas públicas que facilitam a entrada de haitianos no Brasil apenas asseguram uma certa segurança jurídica aos migrantes, entretanto são insuficientes para a inclusão desse grupo no país. Os haitianos enfrentam problemas relacionados com o desemprego, a miséria e a violência; sofrendo constantemente ataques de racismo e xenofobia, que são sentidos principalmente na busca pelo emprego e até mesmo no ambiente de trabalho. As discussões acerca da xenofobia e racismo serão exibidas mais a fundo no capítulo dois deste trabalho.

As consequências dessa marginalização refletem também quando conseguem trabalho, pois é comum que este trabalho não seja na área de formação do migrante e não requeira escolaridade. Isso acontece mesmo quando os refugiados e portadores de visto humanitário possuem ensino superior completo e apresentam diversos diferenciais, como o domínio de mais de um idioma, por exemplo.

Essa realidade é comprovada na Tabela 1 exibida em seguida, que mostra as principais ocupações dos haitianos. Segundo Cavalcanti (2016), a média salarial desse grupo em 2014 era de R\$ 988,00.

TABELA 1 – AS PRINCIPAIS OCUPAÇÕES QUE MAIS ADMITIRAM HAITIANOS NO BRASIL NO ANO DE 2014

Ocupação	Admissões
Alimentador de linha de produção	2.632

Servente de obras	2.429
Magarefe	1.533
Abatedor	1.234
Faxineiro	967
Pedreiro	481
Cozinheiro geral	421
Repositor de mercadorias	325
Retalhador de carne	302
Ajudante de motorista	292
Outros	6.961
<b>Total</b>	<b>17.577</b>

Fonte: Adaptado pela autora de BRASIL, 2014.

Com relação aos lugares que mais concentram haitianos, de acordo com Cavalcanti (2016, p. 235),

As principais Unidades da Federação onde os haitianos foram admitidos no mercado de trabalho formal, em 2014, estão localizadas no Sul e no Sudeste do país. Os estados da Região Sul, englobam 72,2% do total. Analisando por estado, Santa Catarina representa 34,2% no número de admissões, Paraná 23,8% e o Rio Grande do Sul 14,2% da amostra. Considerando o mínimo de 1.000 admissões no ano de 2014, São Paulo é o único Estado fora da Região Sul que contempla esse recorte, representando 9,7% do total de admitidos.

Diante da breve exposição das condições dos refugiados e portadores de visto humanitário que vivem no Brasil, percebe-se os desafios que a diversidade cultural traz consigo e como uma sociedade inteira é afetada. Com isto posto, o próximo capítulo exibirá com mais profundidade a questão da diversidade cultural no momento histórico em que mais precisamos entendê-la: no cenário da globalização.

## 2 GLOBALIZAÇÃO, MULTICULTURALISMOS E SEUS DESDOBRAMENTOS

Este segundo capítulo inicia sua discussão tratando do conceito de globalização e de como este vem modificando as noções de cultura e identidade. Os entendimentos utilizados acerca desses conceitos são expostos, principalmente, a partir da visão de Canclini (2010) e de Stuart Hall (2006).

A segunda parte deste capítulo aborda, de forma breve, a diversidade cultural e as diferenças entre os termos *interculturalismo* e *multiculturalismo*, além do modo como estes lidam com o encontro de diferenças. Nesse sentido, a questão da ‘diferença’ é tratada através da exibição dos conceitos de estigma e estereótipo, apoiando-se nas obras de Goffman (1988) e Hall (1997). Levando em consideração todos estes conceitos e o contexto em que vivem os refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil, este segundo capítulo se encerra com uma discussão acerca da xenofobia e do racismo.

### 2.1 GLOBALIZAÇÃO, CULTURA E IDENTIDADE

No século passado, o renomado autor Marshall McLuhan (1962) lançou o termo “aldeia global”. Termo que implica em dizer que através do progresso tecnológico, as distâncias no planeta seriam reduzidas como se estivéssemos em uma teia. Essa noção não significa que as pessoas se tornariam iguais às outras, mas que indivíduos diferentes poderiam estar cada vez mais próximos. É como a sociedade contemporânea se situa, interligada e, acima de tudo, globalizada.

Segundo a definição do Relatório Mundial da Unesco “Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural”,

[...] a globalização entende-se melhor como um processo multidirecional com muitas facetas, que compreende a circulação, cada vez mais rápida e de maior volume, de praticamente tudo, desde capitais a pessoas, passando por mercadorias, informação, ideias e crenças, por meio de eixos que se modificam constantemente. (UNESCO, 2009, p. 6)

Entretanto, essa definição é contraditória quando relacionada com a situação atual do fluxo de refugiados no mundo, em que muitos países, como os

membros da União Europeia, estão com as políticas migratórias cada vez mais rígidas e bloqueando suas fronteiras para essa minoria (MAGALHÃES-RUETHER, 2015). A globalização, discutida dessa forma, compreende apenas a livre circulação de mercadorias e não a de pessoas.

Diante disso, esta monografia adota as definições não generalistas desse conceito, visto que a globalização é um processo que não apenas aproxima e homogeneiza, mas também é um elemento multiplicador da diversidade e, ao mesmo tempo, de desigualdades. A globalização não está disponível para todos e não implica necessariamente na entrada de todos em todos os lugares (CANCLINI, 2010).

Conforme Canclini (2010, p. 43), a globalização “é resultado de múltiplos movimentos, em partes contraditórios, com resultados abertos, que implicam diversas conexões ‘local-global e local-local’”. O autor refuta as noções que reduzem a globalização apenas como um destruidor de culturas locais, pois o próprio “capitalismo desenvolve suas tendências expansivas necessitando, *ao mesmo tempo*, homogeneizar e aproveitar a multiplicidade” (CANCLINI, 2010, p. 47).

Essa aproximação que a globalização promove modificou a concepção do próprio conceito de cultura, cujas definições mais tradicionais se limitavam a dizer que

[...] a cultura refere-se a sistemas de significados compartilhados e por meio dos quais os diferentes grupos sociais compreendem e estruturam suas vidas individuais e coletivas e o mundo material que os rodeia. Assim, a cultura seria característica de grupos definidos em termos de sua especificidade e associada a uma sociedade e a um território. Cultura é assim percebida como espacialmente específica: grupos diferentes ocupariam espaços distintos e representariam “culturas” particulares e únicas. (FERRARI, 2015, p. 49)

De acordo com Canclini (2010), a reformulação do conceito de cultura, após os anos 90, passa a discutir o termo por meio da interculturalidade, noção que será discutida na sessão 2.3 deste capítulo. Para o autor, a cultura

[...] abrange o conjunto de processos mediante os quais representamos e instituímos imaginariamente o social, concebemos e administramos as relações com os outros, ou seja, as diferenças, ordenamos sua dispersão e sua incomensurabilidade, por meio de uma delimitação que flutua entre a ordem que possibilita o funcionamento da sociedade (global e local) e os atores que a abrem ao possível. (CANCLINI, 2010, p. 57)

Esse novo entendimento de cultura passa a exibir mais as diferenças culturais, de estilo de vida e de pensamento (FERRARI, 2015). É como se a cultura

fosse identificada através da “diferença”, e essa exaltação é apontada por Stuart Hall (2006) como uma característica das sociedades de modernidade tardia, cujas diversas formas de divisões e conflitos sociais produzem diferentes tipos de identidades. Para o autor, a noção de que a identidade é um sistema fechado é uma falácia, já que alega que o sujeito pós-moderno não possui uma identidade fixa, essencial ou permanente. A identidade é uma “celebração móvel” que está constantemente sendo transformada pelos sistemas de significação e representações culturais presentes em seu meio (HALL, 1997).

De acordo com Hall (2006, p. 84), as identidades culturais – em particular a identidade nacional – que já foram “centradas, coerentes e inteiras”, além de estarem sendo deslocadas por causa da globalização, também produzem “um fortalecimento de identidades locais ou à produção de novas identidades”.

O fortalecimento de identidades locais é entendido como uma forma de defesa por parte dos grupos dominantes frente à presença de outras culturas no mesmo espaço, consideradas como ameaçantes à sua identidade unificada. Esse movimento, segundo Hall (2006), é reconhecido por Tradição, em que há uma tentativa de recuperar a pureza e aspectos antigos que foram perdidos de uma identidade.

Com relação à produção de novas identidades, a aceleração da migração é considerada uma das responsáveis por esse fenômeno. Conforme Woodward (2000, p. 20), “essa dispersão de pessoas ao redor do globo produz identidades que são moldadas e localizadas em diferentes lugares e por diferentes lugares. Essas novas identidades podem ser desestabilizadas, mas também desestabilizadoras”.

As pessoas dispersadas de sua terra natal, apesar de manterem seus próprios traços culturais, também são obrigadas a se adaptar em seu novo lar, fazendo com que representem

[...] o produto de várias histórias e culturas interconectadas, [que] pertencem a uma e, ao mesmo tempo, a várias “casas” (e não a uma “casa” particular). As pessoas pertencentes a essas *culturas híbridas* têm sido obrigadas a renunciar ao sonho ou à ambição de redescobrir qualquer tipo de pureza cultural “perdida” ou de um absolutismo étnico. (HALL, 2006, p. 89)

Dessa forma, os migrantes possuem identidades que foram transportadas entre fronteiras. Hall (2006) denomina esse movimento de Tradução, pois suas identidades estão *traduzidas*, afetando e transformando as nações modernas como híbridos culturais, por desestabilizar as identidades nacionais e quebrar as narrativas



lineares. Nesse processo de hibridização cultural, a comunicação assume protagonismo pelo fato de compreender, promover e transformar as representações culturais e práticas sociais compartilhadas (CANCLINI, 2010).

## 2.2 A INTERCULTURALIDADE COMO POSSIBILIDADE NO TRATAMENTO DA DIVERSIDADE CULTURAL

A percepção de que “a identidade é sempre vista da perspectiva do outro” (HALL, 2006, p. 45), segundo Silva (2000), se deve ao fato de que seu reconhecimento acontece apenas por meio da diferença, que é marcada pela representação de sistemas simbólicos e pelas diferentes formas de exclusão social. A diferença é visível através dos sistemas partilhados de significação ou, simplesmente, pela cultura.

A diferença pode ser construída negativamente – por meio da exclusão ou da marginalização daquelas pessoas que são definidas como “outros” ou forasteiros. Por outro lado, ela pode ser celebrada como fonte de diversidade, heterogeneidade e hibridismo, sendo vista como enriquecedora: é o caso dos movimentos sociais que buscam resgatar as identidades sexuais dos constrangimentos da norma e celebrar a diferença (afirmando, por exemplo, que “sou feliz em ser gay”). (SILVA, 2000, p. 50)

Já o antropólogo francês Claude Lévi-Strauss, em seu trabalho “Raça e História” apresentado em 1952 à UNESCO, aponta que a diversidade é uma espécie de processo que é inerente à condição humana e que a própria homogeneização é responsável por fomentá-la. A Revolução Industrial, por exemplo, modificou radicalmente a sociedade, por produzir uma homogeneização nos meios de produção e na economia. Entretanto, como consequência, também criou a desigualdade social, representada pela divisão de classes sociais, como o proletariado e a burguesia, indicando uma diversidade interna na sociedade (LÉVI-STRAUSS, 1952).

A globalização evidencia e impulsiona cada vez mais a diversidade cultural, fazendo com que as sociedades tenham que “aprender a lidar com as diferenças, mais do que em qualquer outro momento histórico” (FERRARI, 2015, p. 49). O Relatório da Unesco aponta que para haver uma resposta efetiva das populações vulneráveis às mudanças culturais, novas estratégias de inclusão devem ser pensadas, pois “todas as tradições vivas estão submetidas à contínua reinvenção de si mesmas. A diversidade cultural, tal como a identidade cultural, estriba-se na inovação, na

criatividade e na receptividade a novas influências” (UNESCO, 2009, p. 6).

A diferença só é levada em conta e entendida através da interculturalidade. De acordo com Canclini (2010), sem ela a globalização é um “OCNI”, um *objeto cultural não identificado*, pois “a estratégia hegemônica da globalização costuma atentar somente à parte desses processos que é redutível ao mercado, ou seja, àquilo que cabe em suas políticas clientelares” (CANCLINI, 2010, p. 46).

Assim sendo, é necessário expor o conceito de interculturalidade, que muitas vezes é considerado sinônimo de multiculturalidade, pelo fato de ambos servirem para estudar as questões do encontro entre culturas (GROHS, 2014). Ferrari define o conceito de multiculturalismo como algo que

[...] enfatiza a coexistência de vários diferentes no interior de um mesmo espaço e ao mesmo tempo, sem a necessidade de interação, com uma interação limitada ao mínimo necessário para a operação da vida cotidiana ou, ainda, circunscrita à dimensão pública e jurídica (FERRARI, 2015, p. 4-5).

Ou seja, uma sociedade multicultural é uma sociedade na qual culturas diferentes coexistem em um mesmo espaço e possuem uma vida comum, porém sem interações significativas ou diálogos efetivos. Para Stuart Hall,

Na verdade, o “multiculturalismo” não é uma única doutrina, não caracteriza uma estratégia política e não representa um estado de coisas já alcançado. Não é uma força disfarçada de endossar algum estado ideal ou utópico. Descreve uma série de processos e estratégias políticas sempre inacabados. (HALL, 2003, p. 52-53).

Hall (2003) representa algumas formas de administrar as relações entre grupos diferentes, classificando o multiculturalismo em: conservador, liberal, pluralista, comercial, corporativo e crítico.

Nesta classificação, o multiculturalismo conservador consiste em uma maioria assimilar e respeitar diferentes tradições e costumes, através de políticas que regem um comportamento de uma sociedade, mas que podem excluir minorias. Já o multiculturalismo liberal impõe os padrões da maioria à minoria, tolerando as diferenças apenas no campo privado, sem considerá-las na esfera pública. Por sua vez, o multiculturalismo pluralista considera que cada grupo, com sua própria identidade, deva viver em separado e sem interação com outros.

Já o multiculturalismo comercial assume que apenas dar visibilidade no

espaço público para a diversidade seja o suficiente para incluir grupos minoritários na sociedade, não abrangendo um plano político que assegure direitos para os grupos fragilizados. Um exemplo disso, conforme Grohs (2014), é que mesmo após as campanhas contra homofobia na televisão brasileira e nas redes sociais com projeção nacional, “os grupos homossexuais continuam sendo vítimas de preconceitos” (GROHS, 2014, p. 778).

Com relação ao multiculturalismo corporativo, seu papel é negociar políticas para atender às exigências de uma minoria, mas com a condição de que esses grupos assimilem e flexibilizem seus atos, mantendo, ainda, os grupos dominantes como ditadores de comportamentos. Segundo Grohs (2014):

Em relação às corporações cabe ressaltar que os encontros multiculturais são cada vez mais frequentes seja entre clientes, funcionários, governos ou até mesmo entre outras organizações. O crescimento dos processos de fusões e aquisições, de internacionalização e de migração impõe novos desafios para executivos e líderes de governo. É preciso estabelecer políticas e ações concretas que rompam com as barreiras do estranhamento. (GROHS, 2014, p. 778)

Finalmente, também há o modelo defendido por Hall, o multiculturalismo crítico, que questiona as relações de poder e as desigualdades entre os grupos.

À vista disso, Grohs (2014) defende que apesar de adotar um discurso inclusivo, o conceito do multiculturalismo age somente pela tolerância, não efetivando uma real integração e participação ativa das diferenças. Além disso, a falta de um diálogo multilateral reforça a identidade única e a construção de alteridades. A xenofobia, questão tratada na sessão 2.4 deste capítulo, pode ser considerada uma consequência do multiculturalismo, pois “a noção de território e o reforço identitário fazem com que os sujeitos tenham dificuldade em aceitar os outros de diferentes culturas” (FERRARI, 2015, p. 54).

Diante das lacunas que o multiculturalismo apresenta na compreensão e inclusão da diversidade, a proposta intercultural surge como um meio de enfrentar essas falhas. Segundo Feroso Estébanez (1998, p. 221, apud COGO, 2015, p. 106):

O termo intercultural envolveria, assim, a integração, a reciprocidade e o diálogo de forma que todas se enriqueçam mutuamente, conservem sua identidade e resultem em uma cultura híbrida ou mestiça, distinta das interatuantes.

A interculturalidade deve ser entendida como um processo dinâmico e em

movimento, cuja existência tem como requisito básico a participação ativa dos sujeitos. É somente através do diálogo, parte de uma comunicação de mão dupla, que o processo intercultural é validado, tornando-o uma realidade concreta. Ferrari (2015) se apoia em Rodrigo Alsina (2008), afirmando que:

O respeito, a diversidade e o reconhecimento do outro com as suas diferenças são aceitas levando a uma convivência diversa e plural. Portanto, só uma mudança de cosmovisão, de paradigma fará com que o diálogo intercultural seja uma realidade. (FERRARI, 2015, p. 53)

Para Canclini (2013), a comunicação é considerada a área transdisciplinar na interculturalidade. O pesquisador Milton Bennett (2011), em uma entrevista concedida à Revista Época, descreve a comunicação intercultural como uma evolução da Teoria da Comunicação para um contexto mais global. Nesse sentido, Ferrari (2015) reconhece que a comunicação intercultural adotou como base os pilares do clássico processo comunicacional, que são: a difusão, a interação, a estruturação, a observação e a expressão.

Dessa forma, assim como no processo de comunicação, a comunicação intercultural objetiva a construção de sentido, pois o diálogo intercultural só existe se esta faz sentido aos sujeitos envolvidos. Por isso, a idealização do diálogo intercultural está relacionada com a questão de identidades múltiplas sendo algo “que depende do conhecimento que temos de nós mesmos e da nossa capacidade de passarmos de um conjunto de referências a um outro” (FERRARI, 2015, p. 59).

Bennett defende que na proposta intercultural, “as pessoas precisam primeiro entender a si, aprendendo a dar significado a suas formas de comunicação, para poder criar significados que façam sentido para todos”. Ele exemplifica em entrevista concedida ao site da Revista Época (BENNETT, 2011):

Por exemplo, em uma situação em que haja diferenças culturais entre duas pessoas, elas precisam entender quais são essas diferenças para daí saber como elas afetam a comunicação entre si para só então poderem chegar a um ponto em que a comunicação seja eficaz e as duas se entendam.

De acordo com Ferrari (2015, p. 61), a interculturalidade requer quatro condições para que se concretize:

Primeiro: privilegiar o diálogo e para isso é vital estabelecer a inter-relação e não a dominação entre os sujeitos; [...] Segundo: eliminar os estereótipos tão

comuns no contato cultural e, ao eliminá-los, promover uma mudança de mentalidade. Terceiro: iniciar a negociação intercultural, para o que é preciso que os diferentes sujeitos aceitem o diálogo em posição de igualdade. E, finalmente: reconhecer que os valores de nossa sociedade não são únicos e nem são os melhores; aceitar que as demais culturas têm seu valor próprio é reconhecer que o mundo é feito *de e para* as diferenças.

Já o diálogo intercultural, segundo Grohs (2013, p. 12), tem quatro premissas para sua efetivação: a) os relacionamento e trocas entre diferentes culturas; b) a transformação social e cultural por processos de interação; c) o tratamento igualitário dispensado às diferentes culturas; e d) a mútua compreensão e valorização das singularidades.

Portanto, a proposta intercultural, movida pelo diálogo e pela comunicação, é, acima de tudo, uma forma de promover a diversidade e assegurar os direitos humanos. Somente através dela é possível fortalecer as relações igualitárias entre os diversos grupos com suas próprias singularidades, fomentando debate democrático e preservando o “sentido de cidadania e o senso de humanidade” (GROHS, 2013, p. 779).

## 2.3 ESTIGMA E ESTEREÓTIPO

Tanto para os refugiados, quanto para quaisquer grupos “estranhos”, o processo de diferenciação nunca é neutro e é baseado na generalização de características reais ou imaginárias de um grupo alvo (CABECINHAS, 2007). Tais características suportam generalizações que são atualizadas conforme o período histórico e os interesses de quem detém o poder, representando assim, um processo de “diferenciação simbólica que se traduz na ‘desumanização’ do outro” (CABECINHAS, 2007, p. 21). A partir disso, torna-se necessário a discussão dos conceitos de estigma e estereótipo, pois ambos realizam a “desumanização” do outro e contribuem para a problemática da “diferença”.

Goffman (1988) define um Estigma como qualquer característica, sem necessariamente ser física ou visível, que não se enquadra nas normas sociais acerca de um grupo ou indivíduo. Assim sendo, através do que o autor designa identidade social e virtual, todas as sociedades classificam e julgam os aspectos comuns e normais de um indivíduo. Por isso, afirmar que uma pessoa é estigmatizada implica em dizer que sua identidade social real possui alguma particularidade que entra em

conflito com o padrão social imposto. Diehl (2015, p. 4) afirma que o estigma, “na interação entre os sujeitos corrobora para o surgimento de um signo dando origem a formas acentuadas de diferenciação social, ou seja, a desigualdade e discriminação podem ter sua origem neste fator”.

Goffman (1988) classifica três tipos de estigma: as deformações físicas (deficiência motora, visual etc.), os desvios de caráter (distúrbios mentais, vícios, toxicodependências etc.) e estigmas tribais de raça, nação ou religião. Assim, a estigmatização usa o signo como forma de um grupo dominante exercer controle sobre um mais frágil. Esse domínio é perceptível com diversas formas e em todas as esferas de uma sociedade, demonstrado em formas de agressões, sanções econômicas e políticas, entre outros. Com relação aos refugiados e migrantes, sua situação fragilizada, está ligada aos estigmas tribais de raça, nação ou religião, sobre os quais Diehl (2015, p. 6) argumenta que:

A questão da recente imigração, pode ser caracterizada por um processo de estigmatização, por parte de moradores de uma cidade, por já estarem estabelecidos como os detentores do sentido de ser daquela região, o imigrante é um estrangeiro, um outsider, sendo visto com maus olhos por uns, mão de obra barata por outros, ou empatia por outros.

Portanto, o Estigma, além de gerar preconceitos, discriminação e a reclusão da pessoa que sofre a estigmatização, incentiva a criação de estereótipos, noção que está diretamente ligada com o processo de diferenciação, visto que “a estereotipagem reduz, essencializa, naturaliza e fixa a ‘diferença’” (HALL, 1997, p. 191). Ela estabelece os limites e “exclui tudo o que não lhe pertence”, isto é, exclui a “diferença”.

O estereótipo é responsável pela “manutenção da ordem social e simbólica” e pela diferenciação entre “pessoas de ‘dentro’ (insiders) e ‘forasteiros’ (outsiders)” (HALL, 1997, p. 192), ou seja, pela classificação de quem é o “Outro”, “entre nós e eles”. A estereotipagem se relaciona com o conceito de discriminação, pois sustenta sentimentos negativos com relação ao “Outro”, com o intuito de que a “pureza” de uma cultura seja preservada e mantida a todo custo. Além disso, Hall (2000, p. 191) aponta que “a estereotipagem tende a ocorrer onde existem enormes desigualdades de poder”.

Com isto posto, a diferenciação do que é o “Outro” está sempre ligada ao conceito de discriminação, que nesse caso tem denotação *negativa*. A discriminação origina outros conceitos de acordo com seu tipo e grupo-alvo, como: o etnocentrismo,

o racismo, o nacionalismo, a xenofobia, entre outros (CABECINHAS, 2007). Esses conceitos serão discutidos no próximo tópico, a partir de como se relacionam com a situação dos refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil.

## 2.4 ETNOCENTRISMO, XENOFOBIA E RACISMO

Originado pela discriminação e impulsionado pela hegemonia, o etnocentrismo tem papel fundamental na preservação do padrão dominante e consiste na “aplicação de normas da própria cultura para os outros” (BROWN, 1965, p. 183, apud HALL, 1997, p. 192). Além de justificar as tradições de um grupo, também dita de que forma se dão as relações intragrupais e as intergrupais. Segundo Cabecinhas (2007, p. 24), “cada grupo cultiva os seus próprios deuses e considera com desconfiança os ‘estrangeiros’”. Mais especificamente falando, “a aversão ou hostilidade manifestada a pessoas ou coisas estrangeiras” (ACADEMIA DE CIÊNCIAS DE LISBOA, 2001, p. 3.792 apud CABECINHAS, 2007) é a definição de xenofobia.

No Brasil, mesmo que boa parte de sua história tenha sido construída por migrantes e que uma grande parcela da população brasileira seja formada por descendentes de migrantes, a xenofobia é uma realidade sentida pelos refugiados e está cada vez mais crescendo no país. As denúncias contra as manifestações xenofóbicas em todo o país cresceram 633% em 2015 em relação a 2014. De acordo com a Secretaria Especial de Direitos Humanos, o principal motivo do crescimento das denúncias de xenofobia está ligado ao aumento do número de refugiados no país. Foram 330 casos registrados pela Secretaria Especial de Direitos Humanos através da plataforma Disque 100. Em 2014, foram 45 denúncias. Nos dois anos anteriores, o governo federal tinha o registro de apenas dois casos. O Humaniza Redes, que recebe denúncias online de xenofobia, registrou no mesmo período 269 crimes. Os dados não podem ser analisados de maneira integrada, mas, caso somados, seriam 599 denúncias em 2015 (MACIEL, 2016).

Os sírios representam o segundo maior grupo que sofre xenofobia no país (15,45% das denúncias), e o principal motivo é sua religião, o islamismo<sup>14</sup>. Logo, esse

---

<sup>14</sup> O governo brasileiro criou uma campanha no final de 2015 para combater a xenofobia e intolerância a imigrantes no Brasil, por conta do aumento nas denúncias: <<http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2015/10/campanha-vai-combater-xenofobia-e-intolerancia-a-imigrantes-no-brasil>>. Acessado em 20/09/2016.

número comprova que preconceito ao islã não é exclusivo da Europa. O preconceito se deve ao mais extremo estereótipo quando relacionado aos muçulmanos: a associação generalizadora entre islã e terrorismo, ou seja, o estereótipo de que todo muçulmano é terrorista ou simpatiza com o terrorismo. É como o estereótipo através da discriminação opera: ele desconsidera as características ou ações individuais dos membros de um grupo “e a centralidade da pertença a esse grupo é também independente do comportamento dos seus membros” (CABECINHAS, 2007, p. 77).

Com relação aos haitianos, segundo os dados da Secretaria Especial de Direitos Humanos, eles são a maioria das vítimas de xenofobia (26,8% das denúncias). Entretanto, o real problema que enfrentam é o racismo já que, assim como ocorre com os refugiados vindos do continente africano, sua marginalização cresce cada vez mais.

Haitianos foram alvejados por tiros em atos de xenofobia e racismo, manifestações do mesmo cunho apareceram nas redes sociais virtuais, ainda que sem muita adesão, organizações integralistas e anti-imigração ganharam forma, e um aumento de desconfiança do Brasil pelos próprios haitianos, marcado pelo discurso da crise econômica e política agravada no país, e, em muitos casos, concretizada pela dificuldade na conquista de novos postos de trabalho nas capitais onde há maior chegada de imigrantes. (ÁVILA, 2016, p. 190)

À vista disso, torna-se necessário discutir o conceito de racismo. Muitos autores definem essa noção de maneira muito ampla, fazendo com que o conceito se confunda com outras formas de opressão, como a própria xenofobia, por exemplo. Portanto, para esta monografia, optou-se pela exposição de um significado que estabeleça os limites de forma clara, sendo o racismo

[...] enquanto ideologia, fabricada num determinado local – Europa – numa determinada época – na modernidade recente (fim do século XVIII até meados do século XX) – com um objetivo – legitimar o colonialismo, a escravidão e o tráfico de escravos, invocando a sua animalidade. (TAGUIEFF, 1997; WIEVIORKA, 1998 apud CABECINHAS, 2007, p. 28)

No Brasil, por muito tempo acreditou-se no mito da democracia racial<sup>15</sup>. Essa ideia aponta que no Brasil, ao contrário de outros países como os Estados Unidos e a África do Sul, os negros, brancos e outras etnias convivem pacificamente, e que

---

<sup>15</sup> Embora não houvesse mencionado o termo de democracia racial, a noção surgiu através das obras do sociólogo brasileiro dos anos 1930, Gilberto Freyre. Seus principais livros foram: “Casa Grande e Senzala” (1933) e “Sobrados e Mocambos” (1936).



consequentemente, todos os grupos são iguais, tendo as mesmas oportunidades para ascender socialmente. Por trás desse discurso inclusivo, nega-se e oculta-se as diversas formas de segregação que aconteceram e acontecem, contrariando toda a história de escravidão no Brasil. Assim sendo, a democracia racial é um elemento do multiculturalismo à brasileira, que conforme Cogo (2015, p. 103), é

[...] sustentado no postulado de uma sociedade tolerante e sem conflitos, colabora para o esvaziamento do preconceito racial no país, deslocando as desigualdades sociais do étnico para a classe. Ou seja, o pobre e não o negro é quem não ascende socialmente.

Esse mito, em conjunto com as políticas eugenistas<sup>16</sup>, segundo Ávila (2016), fortalece ainda mais o preconceito, dificultando a adaptação do refugiado e fomentando “a desvalorização destes no mercado de trabalho em relação ao imigrante europeu, por exemplo” (ÁVILA, 2016, p. 132). Os dados exibidos no primeiro capítulo deste trabalho apontam que apesar do fato de muitos refugiados e portadores de visto humanitário terem formação acadêmica e capacitação profissional elevada, a maioria dos cargos que conseguem ocupar exige baixa escolaridade.

Além disso, por esses grupos estarem em uma situação de vulnerabilidade, estão mais propensos a sofrerem abusos em todas as esferas sociais, sendo evidentes no ambiente de trabalho, pois,

[...] é no âmbito das relações de trabalho que a imigração adquire sentido e utilidade, e é no âmbito das relações de trabalho que ocorrem violações como: a) trabalho indocumentado ou informal; b) tráfico de pessoas; c) redução à condição análoga a de escravo. Em alguns segmentos econômicos, ainda, vêm se destacando situações da exploração, como construção civil, frigoríficos, trabalho rural, setor têxtil, trabalho embarcado, e ultimamente também no setor de comércio e serviços. (LOPES, 2016, p. 134)

Os próprios meios de comunicação contribuem para a seletividade de quem de fato é bem-vindo aqui, por meio de seu caráter “policialesco” (COGO, 2001) classificando os movimentos migratórios contemporâneos em:

[...] uma *migração simples* (dos *indesejados*), representada pelos ilegais, indocumentados, clandestinos e refugiados, contrapõem-se uma *migração sofisticada* (dos *desejados* e *disputados*), que, designada como “evasão ou

---

<sup>16</sup> Termo vindo de eugenia, criado por Francis Galton, que é o estudo dos agentes sob o controle social que podem melhorar ou empobrecer as qualidades raciais das gerações seja física ou mentalmente. Ou seja, implica na aplicação do melhoramento genético na população humana, através da aplicação, nos homens, das técnicas usadas no melhoramento genético de plantas e animais.

drenagem de cérebros”, é representada pela mobilidade de acadêmicos e profissionais especializados em busca de melhor status profissional e ascensão socioeconômica. (COGO, 2001, p. 18)

Essa seletividade reforça que a fama hospitaleira que o Brasil possui não passa de uma ilusão, pois a partir do momento que se escolhe quem vamos acolher e incluir de verdade na sociedade, não se trata mais de hospitalidade. Isso ocorre devido ao fato de que a “responsabilidade está no cruzamento dos caminhos, nessa tensão entre o princípio da anarquia da hospitalidade e o princípio político nacional e transnacional” (JACQUES, 2001, apud FRANGUIADAKIS, 2016, p. 203).

Franguiadakis (2016) declara que, principalmente desde os anos 80, a lógica econômica é a que comanda as questões ligadas à imigração e uma das consequências, nos países de destino, é a classificação que reduz os solicitantes de asilo como migrantes ou como foragidos – que ao contrário do refugiado, é o indivíduo que sofre perseguição no seu país por ato criminoso –, contribuindo ainda mais com a marginalização dessa minoria.

Diante disso, a comunicação intercultural representa um meio essencial para que se estabeleça a compreensão da diversidade, pois ela é “fundamentalmente interação, [e] está relacionada com o intercâmbio de signos e símbolos” (FERRARI, 2015, p. 55). Por isso, o próximo capítulo abordará de que forma a comunicação intercultural contribui com as práticas de Relações Públicas que incluem os refugiados e portadores de visto humanitário, através das ações de responsabilidade social empresarial.

### **3 A RESPONSABILIDADE SOCIAL E A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL COMO FOMENTADORES DA INCLUSÃO DE REFUGIADOS E PORTADORES DE VISTO HUMANITÁRIO NO BRASIL**

A partir das questões levantadas até o momento, o presente capítulo visa expor a relação entre a comunicação intercultural, as relações públicas e a responsabilidade social empresarial, e como, em conjunto, são capazes de contribuir para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira.

Logo, antes de iniciar a discussão acerca do termo de responsabilidade social empresarial, é importante indicar suas raízes. Frederick (1960) coloca o colapso do *laissez-faire*<sup>17</sup>, como filosofia e ordem econômica, como o principal motivo para a crescente preocupação das companhias com relação à responsabilidade social. Segundo o autor,

A derrocada da filosofia do liberalismo deu origem a um vácuo filosófico após o fim da Segunda Guerra Mundial, o que implicou a ruptura com a teoria social que estabelecia a harmonia entre os interesses privados e os interesses da sociedade como um todo. (FREDERICK, 1960 apud BITTENCOURT; CARRIERI, 2005, p. 13).

Conforme Oliveira (2002), foi a partir de 1960 que a concepção de Responsabilidade Social começou a ser valorizada nos Estados Unidos, e na década seguinte, na Europa. Nessa época, em países como Alemanha e França, a exigência da prestação de contas das organizações à sociedade passou a ganhar forças, justificando a criação dos relatórios ou balanços sociais, que são recursos que divulgam as ações sociais empresariais. Nos Estados Unidos, devido à insatisfação popular com a Guerra do Vietnã, o movimento que boicotava as empresas ligadas à guerra foi bastante significativo. Desse modo, em resposta às pressões dos públicos, as empresas passaram a comunicar sobre suas condutas sociais (BALDO, 2002 apud CAMPOS, 2004).

---

<sup>17</sup> *Laissez-faire*: representa o liberalismo econômico na versão mais pura de capitalismo. Consiste na crença de que o mercado deve funcionar livremente, sem interferência do estado, somente com poucos regulamentos suficientes que protejam os direitos de propriedade.

O destaque do papel social da iniciativa privada chega ao Brasil através das multinacionais. Ainda que essas empresas tenham levantado a questão discretamente aqui nos anos 60, a promoção das ações sociais por meio dos relatórios sociais começou a ganhar relevância somente a partir da década de 1990. Todavia, a responsabilidade social se tornou pertinente quando o mundo corporativo entendeu que a responsabilidade social empresarial é um importante elemento que fortalece a imagem organizacional perante seus públicos (OLIVEIRA, 2002 apud CAMPOS, 2004).

Por isso, é fundamental associar de que forma a comunicação intercultural pode fortalecer a imagem organizacional de uma empresa frente aos seus públicos, através da busca de soluções para a inclusão da minoria tratada nesse trabalho, os refugiados.

### 3.1 A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E AS RELAÇÕES PÚBLICAS

Uma das primeiras definições do termo “responsabilidade social”, relacionada com a percepção de que as condições sociais devem estar diretamente ligadas ao ambiente empresarial, surgiu com o livro “Responsibilities of the Businessman”, de Howard Bowen, de 1953. Para o autor, o termo significava “a obrigação social do homem de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da sociedade” (BOWEN, 1953 apud ASHLEY, 2003, p. 6). Em 1960, William C. Frederick define que responsabilidade social “implica uma postura pública em relação aos recursos humanos e econômicos da sociedade, significando que estes recursos devem ser utilizados objetivando amplos fins sociais” (FREDERICK, 1960, p. 60).

Sethi (1975), conforme citado por Bittencourt e Carrieri (2005), usa o termo “desempenho social da corporação”, enfatizando que “qualquer ação das corporações está condicionada à legitimidade na sociedade” (SETHI, 1975 apud BITTENCOURT; CARRIERI, 2005, p. 14). Os autores se apoiam também em Strand (1983), que argumenta que as definições de responsabilidade social empresarial são inconsistentes, devido à limitação dos estudos relacionados à adaptação das organizações no âmbito social.

Oliveira (2008), por sua vez, afirma que o conceito de responsabilidade social empresarial está ainda em elaboração, pois não há um consenso único com

relação à definição do termo. Esse autor expressa a definição do Banco Mundial de responsabilidade social corporativa, entendida como um

[...] compromisso das empresas em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável através do trabalho com os empregados, suas famílias, a comunidade local e a sociedade como um todo a fim de melhorar suas vidas de maneira que seja bom para os negócios e para o desenvolvimento. (OLIVEIRA, 2008, p. 72)

Segundo Srour (1994), a responsabilidade social corporativa é o comprometimento e empenho das empresas em criar ações que assegurem a qualidade de vida de seus públicos – empregados, fornecedores, clientes, meio ambiente e comunidade, e não apenas para seus proprietários e acionistas –, o que “implica governança corporativa, parceria com os públicos de interesse e gerenciamento dos riscos ambientais” (SROUR, 1994, p. 65). Seguindo essa linha, a definição dada pelo Glossário do Instituto Ethos (2017), que é a adotada para esta monografia, defende a responsabilidade social empresarial como

[...] forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais. (INSTITUTO ETHOS, 2017)

Campos (2004, p. 20) lista de que forma os projetos sociais de uma empresa podem ocorrer:

[...] do incentivo ao trabalho voluntário dos seus funcionários em entidades sociais, por meio de doações, investimentos em projetos sociais; pela abertura de seus espaços ociosos para atividades educativas, esportivas, recreativas ou profissionalizantes para comunidades carentes, entre outras ações.

Assim sendo, Campos (2004, p. 20) é sustentada por Maria José da Costa Oliveira (2002), que “destaca a atuação social das empresas que criam institutos e fundações, já que isto caracteriza uma política explícita de empresa cidadã” (OLIVEIRA, 2002, p. 50). Desse modo, o status de uma “empresa cidadã” consiste numa imagem corporativa de consciência social, engajada na resolução de problemas em uma sociedade (NETO; FROS, 1999 apud GONTARZ, 2008). Essas organizações socialmente responsáveis conquistam um diferencial competitivo, fazendo com que

cada vez mais os públicos exijam das corporações “padrões de conduta ética que valorizam o ser humano, a sociedade e o meio ambiente” (GONTARZ, 2008, p. 3).

Por outro lado, para Bittencourt e Carrieri (2005), a discussão que envolve a perspectiva da responsabilidade social presente no mundo dos negócios, em conjunto com o crescimento das políticas públicas oriundas do Estado de bem-estar social nos países europeus, alavanca o desempenho social das corporações como um fator essencial, não apenas para formulação de estratégias ou uma diferença competitiva, “mas também para um contínuo relacionamento com a sociedade civil organizada” (BITTENCOURT; CARRIERI, 2005, p. 13). Portanto, a Responsabilidade Social Empresarial é “um compromisso para com o desenvolvimento da sociedade, especialmente no atendimento das necessidades dos *stakeholders*” (RIBEIRO; MORESCO, 2013, p. 2).

Os dados da pesquisa Benchmarking de Investimento Social Corporativo (BISC), divulgados em maio de 2017, seguindo anualmente os investimentos privados na área social de 312 empresas e 24 fundações brasileiras, mostram que “o total de recursos repassados pelas organizações foi o mesmo entre 2014 e 2015: R\$ 2,6 bilhões” (GOMES, 2017). No entanto, “a proporção dos investimentos com relação ao lucro bruto das companhias, que passou de 0,70%, em 2014, para 0,89% em 2015” (GOMES, 2017), é um indicador que posiciona o Brasil ligeiramente acima do padrão internacional; os Estados Unidos, por exemplo, apresentam um percentual de 0,84%.

Entre as principais áreas de destinação dos recursos, está a cultura, que responde por mais de 40% do total investido pelas empresas brasileiras. Em relação ao crescimento, o setor de saúde lidera. Criados em 2012, os programas destinados a pessoas com câncer e com deficiência responderam por 16% do total dos incentivos, ultrapassando o índice referente a idosos, crianças, adolescentes e ao esporte. O montante dos recursos investidos em educação chegou a R\$ 801 milhões. A maior parte (82%) foi aplicada pelos institutos empresariais. (GOMES, 2017)

Diante disso, Campos (2004) exhibe a pesquisa do InterScience feita com cem executivos em 2004, publicada na revista Carta Capital em 6 de outubro de 2004, em que

82% dos executivos de diversos ramos consideram que as empresas devem comunicar suas ações sociais ao mercado. Entre os que acham que essas ações devem ser anunciadas, 56% vêem a valorização da imagem da empresa como a principal razão para a divulgação. Outros motivos para a comunicação das ações seriam: 1) o incentivo a outras empresas (41%); 2) ganho de respeito e credibilidade (39%); 3) ganho de visibilidade (34%); 4)

conquista de um diferencial (4%). (CAMPOS, 2004, p. 23)

A partir desses dados, percebe-se que a comunicação é um transmissor do valor de Responsabilidade Social, sendo considerada um modo estratégico das organizações serem reconhecidas enquanto empresa-cidadã. Dessa forma, a comunicação atua como um processo de apoio e de transformação da imagem organizacional (CARISSIMI, 2001 apud CAMPOS, 2004).

Tratando-se da comunicação feita no ambiente organizacional, seja esta pública ou privada, Kunsch (2003) ressalta que a comunicação organizacional atua de forma integrada com outros tipos de comunicação – a institucional, a mercadológica, a interna e a administrativa – para atingir com eficácia os objetivos da organização. A comunicação organizacional também é responsável por disseminar as regras norteadoras para o melhor convívio social de uma empresa, uma vez que ela “traduz o posicionamento da empresa, seus valores, estabelece relacionamentos” (CAMPOS, 2004, p. 48). Por isso, é imprescindível que a Responsabilidade Social esteja incorporada em todas as ações da comunicação organizacional.

Para Palma, citado por Campos (2004, p. 26), a Comunicação Organizacional é entendida como “uma ‘macro área’ e a Publicidade e Propaganda, Relações Públicas e Jornalismo como seus ‘subsistemas’”. Dessa forma, focando especificamente no conceito de Relações Públicas, por muito tempo o termo esteve ligado e restrito às organizações de mercado, em especial o conceito de *público*, que foi reduzido “a uma pequena parcela de seu universo: a dos consumidores e clientes” (CASALI, 2008, p. 50).

Já no momento atual, as sociedades são marcadas por uma “rede complexa de reciprocidades”, colocando as Relações Públicas, “com todo o seu vigor e em todos os seus sentidos”, como elemento presente tanto no convívio social-cultural, quanto no convívio ambiental (CASALI, 2008). Casali (2008) explica que isso ocorre devido à necessidade de buscarmos constantemente equilíbrio nas relações com a natureza e com os outros seres humanos, pois

[...] essas relações todas são públicas no sentido pleno: atingem todos, de todas as formas, em todos os direitos e deveres. A implicação mais evidente dessa obrigação coletiva, supondo nossa posição numa sociedade democrática, é a da transparência de todos os processos. (CASALI, 2008, p. 50)

É evidente que a disseminação das tecnologias da informação foi essencial

para colocar os públicos como partes mais ativas nos processos comunicacionais, transformando o protagonismo dos consumidores em “elemento determinante na competição entre as empresas” (CASALI, 2008, p. 56). Por isso, tanto a postura dos profissionais de comunicação quanto a das próprias organizações devem estar pautadas principalmente “pela estratégia, pela ética e pela responsabilidade” (KUNSCH, 1997, p. 17 apud GONTARZ, 2008, p. 7).

Logo, as Relações Públicas como um processo que faz parte das práticas de responsabilidade social servem principalmente como “mecanismos de investigação, planejamento, execução, coordenação e avaliação, assessorando o processo de transformação das empresas em empresas cidadãs e garantindo a sustentabilidade dos negócios” (GONTARZ, 2008, p. 5).

Além disso, as Relações Públicas são indispensáveis para promover a comunicação bidirecional, que implica em trocas efetivas entre uma organização e seus públicos, “onde não só se enviam, mas também recebem mensagens, podendo-se medir as reações dos receptores” (KUNSCH, 1986, p. 45).

O processo de trabalho que envolve os projetos de Responsabilidade Social da empresa depende muito de tornar público, da melhor forma possível, as atividades que estão sendo desenvolvidas, disseminando sua identidade empresarial aos seus diversos públicos e auxiliando na construção da imagem e conceito da empresa. Uma empresa com um conceito favorável para os seus públicos envolvidos, é resultado das atitudes responsáveis da organização da preocupação com seus stakeholders. Todas as ações estão aliadas à comunicação, para demonstração dos resultados dessas iniciativas para a sociedade. A comunicação através das práticas de Relações Públicas é uma das principais ferramentas na construção do conceito de uma empresa gerado pelas ações de responsabilidade social que designam a empresa como um organismo que se preocupa com o bem-estar dos seus públicos envolvidos. (GONTARZ, 2008, p. 6)

Diante disso, uma das variáveis que deve ser avaliada em uma empresa socialmente responsável é sua capacidade de valorizar a diversidade, através de políticas para este fim, uma vez que a valorização da diversidade é consequência natural de um período em que a democracia se fortalece cada vez mais, o que torna a busca por novos padrões de convivência baseados em relações socialmente mais justas algo fundamental (INSTITUTO ETHOS, 2018).

### 3.2 AS POLÍTICAS DE DIVERSIDADE EMPRESARIAIS E A COMUNICAÇÃO INTERCULTURAL



Para Oliveira et al. (2015), a valorização e promoção dos direitos humanos, bem como a “defesa da liberdade de pensamento e expressão e pelo combate às atitudes que reforçam o estigma e a diferença” (OLIVEIRA et al., 2015, p.4), são primordiais para que as políticas de diversidade cumpram com seu objetivo de contribuir com o desenvolvimento social e humano.

De acordo com o manual *Como as Empresas podem (e devem) valorizar a Diversidade*, publicado pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, a diversidade, por se tratar de uma responsabilidade social compartilhada, deve ser praticada e almejada por todos. Por isso, “as empresas, como partícipes desse processo, devem assumir tarefas específicas de valorização da diversidade, relacionadas aos papéis que desempenham na vida das coletividades” (INSTITUTO ETHOS, 2008, p. 11). O Relatório Unesco (2009) também expressa a importância da participação da iniciativa privada na inclusão de minorias, defendendo que boa parte do incentivo da diversidade cultural é decorrente do apoio e suporte “concedido a projetos comerciais adaptados ao contexto cultural e às limitações da economia local” (UNESCO, 2009, p. 21).

Percebe-se um aumento nos projetos voltados para a diversidade, porém ainda existem barreiras para aplicá-los de modo pleno. Conforme Oliveira et al. (2015), o principal motivo por não se efetivarem nas organizações é “o preconceito enraizado na cultura organizacional” (OLIVEIRA et al., 2015, p. 5). Nesse sentido,

[...] os discursos empresariais, embora se apresentem formalmente estruturados na forma de políticas organizacionais claras, encontram dificuldades de serem praticados efetivamente devido a processos arraigados de preconceito por parte dos próprios empregados, de certo nível de permissividade gerencial, e pela ausência de senso coletivo de diversidade (IRIGARAY, 2007, p. 13 apud OLIVEIRA et al., 2015, p. 5).

Com isto posto, a Comunicação Intercultural é determinante para que as políticas de diversidade sejam executadas e consolidadas, pois é ela que “possui vocação para neutralizar o potencial contestador dos movimentos multiculturais, transformando-os em algo palatável para as organizações” (BARBOSA, 2000 apud COELHO JUNIOR, 2015, p. 84).

Para este trabalho, ao tratar-se das políticas de diversidade como parte da responsabilidade social empresarial, não se reconhece que a implementação dessas

ações seja exclusivamente para garantir uma vantagem competitiva, porque, de acordo com Coelho Junior (2015, p. 93), “dentre outras razões [...] podemos indagar em que se assentaria esse diferencial se todas as empresas adotarem tal metodologia administrativa”. Outrossim,

[...] mesmo que as empresas não vejam como agregar valor ao negócio por meio das suas iniciativas de diversidade, elas talvez sejam obrigadas a implementá-las, de forma tanto mais consistente quanto mais incisivas forem as pressões da sociedade civil, ou quanto mais contundentes forem os marcos regulatórios das políticas públicas relativas ao combate ao racismo, ao sexismo, à homofobia e a outras formas de intolerância no ambiente de trabalho. (COELHO JUNIOR, 2015, p. 93)

Desse modo, em concordância com a relevância do fato intercultural na contemporaneidade, a discussão acerca da comunicação intercultural e sua presença nos projetos de responsabilidade empresarial se torna imprescindível, principalmente quando relacionada à atuação das empresas na inclusão de refugiados na sociedade brasileira. Conforme Mohammed ElHajji (2006), inúmeros estudos demonstraram ao longo do século que a proposta intercultural atua como um apoio essencial no entendimento das mudanças sociais que ocorrem constantemente na humanidade.

Apesar de todas as estratégias de sistematização da experiência humana e de seu enquadramento no projeto jacobino, de neutralização dos anseios de singularidade e de diferença, as manifestações identitárias acabaram se impondo como pólo aglutinador das subjetividades e base de organização comunitária de segmentos importantes da sociedade. (ELHAJJI, 2006, p.6)

A comunicação intercultural beneficia a sociedade através de “interfaces comunicacionais”, que conseqüentemente oferecem “uma maior transparência aos projetos sociais, políticos e culturais dos grupos constitutivos da sociedade multicultural (grupos étnicos, culturais, confessionais ou/e nacionais)” (ELHAJJI, 2006, p. 3), impedindo que a desconfiança e o preconceito com relação ao ‘outro’ ocorram.

À vista disso, Sebastião e Fernandes (2015) compreendem a comunicação intercultural como “uma forma de comunicação global que visa entender como indivíduos de diferentes culturas comunicam e as barreiras que surgem nesta interação” (SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 32). As autoras se apoiam em Hofstede (2003), argumentando que para que se assimile a comunicação intercultural, além de implicar no diálogo,

[...] será necessário uma tomada de consciência dos mecanismos que adquirimos durante o processo de socialização primário, uma vez que o choque entre este e a realidade actual pode dificultar a comunicação, a interacção e integração dos indivíduos. O indivíduo deverá também adquirir conhecimentos acerca dos símbolos, heróis e rituais da cultura anfitriã, e mesmo que tenha dificuldade em entender os valores da nova cultura, deverá tentar compreendê-los de um ponto de vista intelectual. Assim irão nascer as competências interculturais, porque estas são o produto da consciência, do conhecimento e da prática. (HOFSTEDE, 2003, p. 266 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 32)

Já para Gudykunst (2003), também citado pelas autoras, a comunicação intercultural assume a cultura como a principal influenciadora na comunicação. Todavia, enfatiza que nesse processo é necessário entender o conceito de “estranho”, que representa um indivíduo “com conhecimento limitado do novo ambiente e das suas normas e valores, sendo a sua capacidade de prever as respostas do interlocutor mais limitada; o que aumenta a ansiedade e a incerteza durante a comunicação” (GUDYKUNST, 2003 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 32).

Nesse sentido, Barbosa (2012) argumenta que os exemplos históricos demonstram que os meios de comunicação exercem grande influência na relação com ‘estranhos’, levando consideração a hospitalidade ou hostilidade, “sejam eles minorias étnicas, imigrantes, forasteiros ou refugiados” (BARBOSA, 2012, p. 232).

Gudykunst destaca ainda que é possível medir a eficácia da comunicação intercultural através de sua “capacidade de evitar mal-entendidos na interacção entre os diferentes intervenientes” (GUDYKUNST, 2003 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 32). Jandt (2010 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015) aponta a comunicação intercultural como um meio difusor de informação e conhecimento sobre o ‘estranho’, uma vez que os obstáculos na comunicação intercultural estão relacionados com “a ansiedade, o etnocentrismo, o não reconhecimento da diferença, o estereótipo, o preconceito, a língua e a comunicação não-verbal” (JANDT, 2010, p. 50-70 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 32). Por isso, os projetos de Responsabilidade Social apoiados da comunicação intercultural também contribuem com o combate da ignorância e preconceitos acerca de grupos marginalizados de uma sociedade, como os refugiados.

A fim de verificar se uma comunicação intercultural é excelente, são levados em conta a receptividade com relação à nova informação e o reconhecimento de que podem existir múltiplos pontos de vistas sobre determinado assunto (GUIRDHAM, 1999):

Para tal, é preciso fazer a gestão dos sentimentos associados à imprevisibilidade dos comportamentos, com uma controlada automonitorização das reacções emocionais; e desenvolver um esforço de compreensão dos valores, motivos, crenças, atitudes e intenções do interlocutor (GUIRDHAM, 1999, p. 241).

Outra forma de assegurar que a comunicação intercultural seja eficaz é a gestão intercultural, considerada uma estratégia para que o profissional de comunicação realize algumas “das conotações de comportamento organizacional, que são: a gestão de equipas, a liderança e os recursos humanos” (JACOB, 2003, p. 6 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 33). A gestão intercultural auxilia na superação de obstáculos e sensibiliza os diversos públicos ligados à uma organização sobre as questões culturais (SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015).

Banks (1995 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015) enfatiza que a efetividade de uma comunicação intercultural entre os membros de uma organização depende da valorização das diferenças e explicita de que forma a gestão de modelos diversificados é realizada. O autor considera importante

[...] sensibilizar e apelar à compreensão dos diferentes grupos culturais para colmatar as diferenças entre estes; fazer-se um reconhecimento das questões de identidade e das necessidades de comunicação; praticar actos de comunicação conscientes; implementar actos de comunicação de relações públicas tendo em conta os aspectos culturais; e avaliar a eficácia da comunicação. (BANKS, 1995, p. 21 apud SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015, p. 34)

Objetivando de fomentar as ações que promovem a diversidade pelas organizações, o manual *Como as Empresas podem (e devem) valorizar a Diversidade* defende as parcerias com entidades e instituições que já atuam pela causa da diversidade como ação estratégica para realizar um projeto de responsabilidade social empresarial bem-sucedido (INSTITUTO ETHOS, 2008):

As parcerias têm se revelado profícuas tanto internamente, para a empresa, pela contribuição dessas entidades no recrutamento de pessoas e na implementação de programas de diversidade, como pela repercussão social que podem trazer, viabilizando projetos que a empresa não poderia empreender sozinha. [...] No Brasil, diversas entidades empresariais atuam em parceria com órgãos oficiais na implantação de políticas públicas que têm impacto na diversidade, como programas de alfabetização e de profissionalização promovidos pelas entidades do sistema “S” (Senac, Senai, Senar, Senat, Sesc e Sesi). (INSTITUTO ETHOS, 2008, p. 48)

Com isto posto, após a discussão acerca dos conceitos de responsabilidade social empresarial e sua relação com o exercício de relações públicas, políticas de diversidade e comunicação intercultural, o próximo capítulo exhibe o percurso metodológico e o mapeamento feito com foco nos projetos de responsabilidade social feitos pela iniciativa privada que possuem como público-alvo os refugiados e portadores de visto humanitário.

## 4 O PERCURSO METODOLÓGICO

Este capítulo descreve o percurso metodológico desta pesquisa de ordem qualitativa. O processo foi pensado com o intuito de atender ao questionamento de pesquisa do trabalho: como são as ações de Responsabilidade Social de organizações privadas que desenvolvem projetos ligados à inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil e de que forma os aspectos da comunicação intercultural aparecem na divulgação dos projetos e no discurso dos gestores?

### 4.1 PRIMEIRA ETAPA

Inicialmente, com o objetivo de nortear a escolha de um método adequado e também de se obter um maior entendimento dos aspectos que envolvem os refugiados, a responsabilidade social empresarial e a comunicação intercultural, foi realizada uma pesquisa bibliográfica das obras relacionadas à temática, que serviu de base para a construção do referencial teórico. Além disso, também foram consultados dados secundários presentes em sites na internet, bem como, o contato com pessoas que de alguma forma estão em contato com migrantes e refugiados.

Foram consultados estudiosos do tema como o mestre em Comunicação Otávio Ávila, a professora Dra. Denise Cogo da Escola Superior de Propaganda e Marketing, o professor Dr. Mohammed ElHajji da Universidade Federal do Rio de Janeiro, e a professora de Direito Internacional da Universidade Federal do Paraná, Danielle Annoni. Além dessas pessoas, também foram contatados voluntários da ONG Adus Curitiba – Instituto de Reintegração do Refugiado e da Missão Paz de São Paulo. As responsáveis pelo negócio social Projeto Linyon, de Curitiba, também foram consultadas e compartilharam os dados da pesquisa sobre o perfil dos refugiados que vivem em Curitiba<sup>18</sup>.

Entretanto, tanto os estudiosos quanto os voluntários manifestaram dificuldades ao passar as informações, o que demonstra que a temática acerca do papel da iniciativa privada, através da responsabilidade social empresarial voltada para a inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário, ainda é pouco reconhecida. Um dos motivos para tanto é ser esta uma área ainda em construção

---

<sup>18</sup> As pessoas foram consultadas via e-mail, redes sociais e conversas informais, colaborando principalmente por passarem informações gerais do cenário do refúgio no Brasil.

nas organizações privadas, além de a chegada de um número significativo desses grupos ser um fenômeno recente na sociedade brasileira.

## 4.2 SEGUNDA ETAPA: A PESQUISA EXPLORATÓRIA

Foi feita uma pesquisa exploratória no sentido de “familiarizar-se com o fenômeno que está sendo investigado, de modo que a pesquisa subsequente possa ser concebida com uma maior compreensão e precisão” (THEODORSON; THEODORSON, 1970 apud PIOVESAN; TEMPORINI, 1997, p. 319). Este tipo de pesquisa pode ocorrer por meio de diversas técnicas e com uma pequena amostra,

[...] permite ao pesquisador definir o seu problema de pesquisa e formular a sua hipótese com mais precisão, ela também lhe permite escolher as técnicas mais adequadas para suas pesquisas e decidir sobre as questões que mais necessitam de atenção e investigação detalhada. (THEODORSON; THEODORSON, 1970 apud PIOVESAN; TEMPORINI, 1997, p. 319)

Os dados foram coletados através do site de buscas Google, realizando a pesquisa com palavras chaves como “responsabilidade social”, “refugiados”, “projetos”, “empresas”. Nesse sentido, optou-se em utilizar a internet, pois, como defende Yamaoka (2005, p. 146), “ela materializa algumas das marcantes características da nossa era, como a sobrecarga informacional, a fragmentação da informação e a globalização, todas provocadoras de estudos, pesquisas, discussões e polêmicas”.

Como resultado foram encontrados os sites dos projetos, arquivos contando as informações dos mesmos, e, sobretudo, várias notícias dessas ações nos sites de grandes veículos de comunicação como “Exame”, “Folha de S. Paulo”, entre outros. Por meio dessa pesquisa inicial, foram encontrados seis projetos de responsabilidade social voltados para refugiados que serão descritos a seguir.

### 4.2.1 Os projetos de responsabilidade social encontrados

#### 4.2.1.1 Empoderando Refugiadas

O projeto “Empoderando Refugiadas” é uma iniciativa articulada pelo Grupo Temático de Direitos Humanos da Rede Brasil do Pacto Global, o ACNUR e a ONU

Mulheres e iniciou em setembro de 2015, por meio de uma parceria estratégica com a Cáritas Arquidiocesana de São Paulo, o Programa de Apoio para a Recolocação de Refugiados (PARR) e a empresa de recursos humanos Fox Time. Além disso, em sua primeira edição, contou, como parceiros, com as Lojas Renner, empresa varejista com lojas de roupas e acessórios; a hidrelétrica Itaipu Binacional; e a Sodexo, empresa francesa de serviços de alimentação e gestão de facilidades. Já na segunda edição, que se iniciou em março de 2017, mais duas organizações se juntaram no apoio do projeto: a rede de hipermercados Carrefour e o Facebook.

A ação tem como objetivo aumentar o acesso das mulheres refugiadas ao emprego formal no Brasil. O projeto se divide em duas frentes: a primeira é conscientizá-las sobre seus direitos e fornecer habilidades e ferramentas para a independência e empoderamento econômico dessas mulheres. Dessa forma, as atividades consistem em encontros mensais que envolvem temas como o planejamento financeiro e profissional, direitos como refugiadas, mulheres e trabalhadoras e habilidades práticas para melhorar o português e empreendedorismo feminino. Já a segunda frente trabalha na conscientização das organizações para contratarem as refugiadas.

Durante a primeira edição, que ocorreu entre novembro de 2015 e junho de 2016 em São Paulo, conforme as informações disponíveis no portal da Sodexo<sup>19</sup>, cerca de 30 mulheres foram apoiadas e foram realizados "participaram de três workshops (planejamento financeiro e profissional, direitos como refugiadas, mulheres trabalhadoras e habilidades práticas para melhorar o português)". Além disso, a Fox Time ofereceu cursos de capacitação e de preparo para o mercado de trabalho brasileiro, coaching e ajuda psicológica. De acordo com o ACNUR<sup>20</sup>, a segunda edição se iniciou em março de 2017, contou com a presença de 26 refugiadas e com atividades mensais relacionadas à língua, cultura, finanças e empreendedorismo. Ao término do projeto, as refugiadas são encaminhadas para entrevistas de emprego e oportunidades profissionais, para que sejam independentes financeiramente e que logo se empoderem.

A primeira edição se encerrou com o encontro "Setor Privado e Refugiados

---

<sup>19</sup> Disponível em: <<http://sodexoservicos.com.br/novidades/empoderamento-refugiadas>>. Acessado em: 20/05/2017

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.acnur.org/portugues/noticias/noticia/projeto-empoderando-refugiadas-inicia-segundo-ano-com-foco-na-inclusao-laboral-destas-mulheres-em-sao-paulo/>>. Acessado em: 20/05/2017



no Brasil: Diálogo e Engajamento”, na sede da Sodexo. Segundo a notícia publicada no portal da "Exame"<sup>21</sup>, durante a ocasião, a Sodexo anunciou a abertura de três novas vagas – naquele momento, a empresa já tinha 20 refugiados e imigrantes entre seus 35 mil funcionários nas operações no país. Além de refugiadas capacitadas, o encerramento do projeto teve a participação de "120 representantes de empresas, consultorias em recursos humanos e entidades de assistência mobilizados e sensibilizados sobre a contratação dessas mulheres". Ainda de acordo com a notícia publicada no site da Revista Exame, com relação aos resultados do projeto, “no total 11 refugiadas foram encaminhadas para entrevistas em empresas. Seis delas foram empregadas e duas conseguiram vagas sem a intermediação dos parceiros do projeto. Uma das refugiadas abriu seu próprio negócio de preparação de pratos da culinária síria”.

De acordo com as informações divulgadas em um relatório acerca do projeto, 21 mulheres receberam aconselhamento de carreira e participaram de sessões de *coaching*, mais de 20 entrevistas de emprego foram agendadas, pelo menos nove mulheres foram contratadas, e cerca de 200 representantes de empresas participaram dos eventos de sensibilização.

O “Empoderando Refugiadas” foi classificado entre os nove finalistas do Desafio de Direitos Humanos na América Latina, promovido pela iniciativa Changemakers da Ashoka. Além disso, O GT Direitos Humanos e Empresas da Rede Brasil do Pacto Global foi o vencedor do Prêmio Direitos Humanos 2016 concedido pelo Ministério da Justiça e Cidadania na categoria “Empresas e Direitos Humanos”.

#### 4.2.1.2 Programa de Apoio para a Recolocação dos Refugiados – PARR

O "Programa de Apoio para a Recolocação dos Refugiados – PARR" é um projeto social em que a EMDOC, uma empresa privada que presta consultoria jurídica de imigração e suporte de acomodação e adaptação de expatriados, em parceria com o ACNUR e a Cáritas Arquidiocesana de São Paulo, desenvolveu um programa com o objetivo de recolocar os refugiados no mercado de trabalho brasileiro. Conforme o site oficial do PARR, o projeto “é pioneiro no Brasil e no mundo”, consistindo em um banco virtual que reúne currículos de refugiados e solicitantes de refúgio acessado

---

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/dino/saldo-positivo-na-primeira-edicao-do-empoderando-refugiadas-dino89089143131/>> . Acessado em 02/02/2017

por empresas dispostas a entrevistar e contratar essa mão de obra. O PARR está hospedado na Internet, no site <[www.refugiadosnobrasil.com.br](http://www.refugiadosnobrasil.com.br)>.

A ação teve início em 2011 por meios das discussões e diálogos na “1ª Oficina sobre Trabalho e Emprego para Refugiados”, promovida pelo Ministério do Trabalho e o ACNUR em Brasília.

O PARR possui diversos currículos e empresas associadas. Todos os refugiados e solicitantes de refúgio cadastrados encontram-se em situação regular e podem ser contratados pelo setor privado como qualquer outro brasileiro, pois essas pessoas, em conformidade com a legislação brasileira, têm direito à documentação necessária, como a Carteira de Trabalho, CPF e identidade de estrangeiro (RNE, Registro Nacional de Estrangeiro). O PARR não atende às pessoas portadoras de visto humanitário, somente quem possui status de refugiado e solicitante de refúgio.

Os três objetivos principais do projeto, descritos no site oficial, são:

- Conscientizar as empresas privadas e a população sobre os status de refugiados e solicitantes de refúgio;
- Buscar apoio e parcerias com empresas públicas e privadas e com organizações em prol dos refugiados e solicitantes de refúgio; e
- Apoiar os refugiados e solicitantes de refúgio na elaboração e divulgação de seus currículos, através da disponibilização dos mesmos.<sup>22</sup>

Com relação à missão do programa, ela consiste em: “– Prestar auxílio aos refugiados e solicitantes de refúgio no Brasil que buscam sua recolocação no mercado de trabalho, bem como elevar o conhecimento das corporações, independentemente de seu tamanho”. E por fim, de acordo com o site oficial, os valores defendidos são: “– Comprometimento e dedicação; – Ética e integridade; – Confidencialidade; – Transparência e Respeito; – Respeito igualitário; – Valorização da mão-de-obra”.<sup>23</sup>

#### 4.2.1.3 Trilhas da Cidadania

A Editora Moderna produz livros didáticos, materiais de apoio e obras de literatura. Em parceria com a Associação Cidade Escola Aprendiz e com a Cáritas Arquidiocesana de São Paulo, a editora apoia e participa do Projeto “Trilhas da Cidadania – A língua portuguesa pela cidade”, que consiste num curso gratuito de

---

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://refugiadosnobrasil.com/sobre-nos/>>. Acessado em 20/05/2017.

<sup>23</sup> Idem.

português para imigrantes e refugiados na capital paulista.

As atividades tiveram início em agosto de 2012 e o objetivo é promover a integração desse grupo na sociedade brasileira por meio do ensino do idioma. De acordo com a notícia publicada no portal da empresa, "[...] além da doação de livros para o ensino do Português, a Editora Moderna oferece recursos e consultoria pedagógica para facilitar o processo de aprendizagem desse público e propiciar sua integração à sociedade brasileira" (DUTRA, 2012).

Conforme o site da "Redes" da instituição, a primeira turma teve cerca de 20 alunos, e a maioria dos participantes eram de países do continente africano (como Congo, Mali e Senegal), da América Central (Haiti) e do Sul (Peru e Bolívia). As aulas ocorreram na cidade de São Paulo.

Conforme a declaração do diretor de Relações Institucionais da Editora Moderna, Luciano Monteiro, ao site "Redes", a empresa coloca a educação como uma forma de inclusão social desse público e que a Editora Moderna apoia outros projetos socioeducativos como o Mestres da Obra e a própria Associação Cidade Escola Aprendiz.

O projeto tem um blog (<trilhasdacidadaniablog.wordpress.com>), que possui os nomes e os perfis dos estudantes de cada turma até o ano de 2015, autobiografias, experiências vividas fora da sala de aula do curso, cartas e depoimentos, além de informações sobre a cultura de cada país, como as comidas típicas, por exemplo. Percebe-se que o blog é usado para divulgar o projeto, mas é utilizado, acima de tudo, como uma ferramenta para os estudantes colocarem em prática seus conhecimentos da língua portuguesa.

#### 4.2.1.4 Escola de Costura para Refugiadas

O site oficial do Instituto Lojas Renner descreve a instituição como

[...] uma organização da sociedade civil de interesse público (OSCIP), figura jurídica distinta da Lojas Renner S.A., responsável por gerir o investimento Social Privado desta Companhia. A instituição investe, principalmente, em projetos voltados à Geração de Emprego e Renda para mulheres em situação de vulnerabilidade.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Disponível em: <<http://www.institutolojasrenner.org.br/instituto/>> . Acessado em 20/05/2017.

A partir de julho de 2016, o Instituto Lojas Renner deu início à “Escola de Costura para Refugiadas”. A primeira turma contou com a participação de mulheres vindas de Angola, Congo, África do Sul e Nigéria. Essa primeira ação foi realizada no Centro São José, em São Paulo e teve duração de dois meses. Além das aulas de costura, elas receberam orientações sobre informática, empreendedorismo, saúde e segurança no trabalho.

Conforme as informações disponibilizadas pelo site da revista “Exame”<sup>25</sup>, a iniciativa também é parte do projeto “Empoderando Refugiadas”, realizado em parceria com a Rede Brasil Pacto Global, o ACNUR, a ONU Mulheres e o PARR – Programa de Apoio a Recolocação de Refugiados.

#### 4.2.1.5 Curso de Português para Refugiados

O Serviço Social do Comércio (Sesc) é uma instituição brasileira privada, mantida por empresários de comércio de bens, serviços e turismo, que atua pelo bem-estar nas áreas da Educação, Saúde, Lazer, Cultura e Assistência de seus empregados e familiares, sendo também aberto à comunidade em geral.

Desde 1995, o Sesc São Paulo, em parceria com o Senac, a Cáritas Arquidiocesana de São Paulo e o ACNUR, vem realizando diversas ações que visam a inclusão de refugiados e solicitantes de refúgio na sociedade brasileira, como rodas de conversas e discussões, experiências gastronômicas que promovem a cultura dos países dos refugiados, exposições de arte, espetáculos de teatro (como o “São Paulo Refúgio”), entre outras. Nesse sentido, o curso de Português é resultante desse convênio e considera que, dentre as principais dificuldades enfrentados pelo público-alvo, está o aprendizado da língua do lugar que os acolhe. Diante disso, o Sesc-SP oferece curso gratuito de português para refugiados nas unidades Carmo, Consolação, Bom Retiro e Belenzinho; o curso tem a duração de 2 meses e seus docentes são contratados pelo SENAC.

O projeto não possui uma página oficial e as informações disponíveis na internet foram encontradas através de notícias publicadas no portal do Sesc São Paulo. Dessa forma, segundo as informações disponíveis, até março de 2014, as aulas foram ministradas por um docente do Senac e por elas já passaram cerca de 2

---

<sup>25</sup> Informações disponíveis em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/renner-lanca-programa-para-capacitar-refugiadas-no-brasil/>>. Acessado em 20/05/2017.

mil alunos vindos de países como República Democrática do Congo, Haiti, Irã, Nigéria, Gambia, Angola, Costa do Marfim e Guiné. Até esse período, havia quatro turmas ao longo do ano, com uma carga horária de 54 horas cada. De acordo com a notícia do dia 17 de março de 2014 publicada no portal do Sesc São Paulo, “além das aulas, refugiados e solicitantes de refúgio podiam usufruir de alimentação a baixo custo, de atividades culturais e recreativas e ter acesso à cultura digital na unidade” (SESC, 2014). Essas atividades consistem em ações como exposições de arte, espetáculos de teatro, rodas de conversa e oficinas de culinária, com o objetivo de dar visibilidade à situação dessas pessoas para a comunidade em geral. Além disso, a instituição ainda possui o Centro de Pesquisa e Formação, que promove ações educacionais e culturais para seus públicos envolvendo essa temática. De acordo com o site oficial, o órgão viabiliza um espaço que articula entre produção de conhecimento, formação e difusão.

#### 4.2.1.6 Refugiado Empreendedor

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), em parceria com o CONARE e apoio do ACNUR, promoveu o projeto "Refugiado Empreendedor". Segundo o site das Nações Unidas, a ação teve a missão de capacitar refugiados e solicitantes de refúgio "para enfrentar os desafios burocráticos, administrativos e de mercado e para orientá-los sobre a abertura e gestão de suas próprias empresas no Brasil" (ONU, 2016). O curso gratuito teve início em abril de 2016 e ocorreu em duas etapas.

A primeira fase atendeu a 130 refugiados e solicitantes de refúgio que tiveram aulas à distância em três idiomas – português, francês e inglês. Já a segunda fase, presencial, foi destinada aos refugiados residentes há mais de um ano no país, com conhecimento de português básico, conclusão da primeira etapa do curso e Cadastro de Pessoa Física (CPF) junto à Receita Federal do Brasil.

Foram selecionados 27 refugiados para completar o curso na Escola de Negócios do Sebrae São Paulo. Em agosto de 2016, durante a cerimônia de formatura, três instituições financeiras estiverem presentes para apresentar as linhas de crédito disponíveis para microempreendedores individuais e microempresas.

De acordo com a assessoria de imprensa do Sebrae-SP, o projeto “Refugiado Empreendedor” não teve continuidade.

#### 4.4 A COLETA DE DADOS

Após identificar os projetos, o passo seguinte foi desenvolver um método de coleta de dados que atendesse aos problemas de pesquisa. Assim sendo, primeiramente foi realizada uma pesquisa de ordem documental e qualitativa, com base na descrição presente nos sites dos projetos e as notícias encontradas.

A escolha por uma pesquisa qualitativa ocorreu por esta lidar com interpretações das realidades sociais e todo fato social e “no que se refere, à pesquisa e ao treinamento, deslocou a atenção da análise em direção a questões referentes à qualidade e à coleta de dados” (ALLUM, 2000 apud BAUER; GASKELL, 2004, p. 24).

Já a decisão pelo uso da pesquisa documental, ocorreu por ser método e técnica ao mesmo tempo, “método porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação. Técnica porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário” (MOREIRA, 2005, p. 270). Ademais, “as fontes da análise documental são frequentemente de origem secundária, ou seja, dados ou informação já reunidos ou organizados” (MOREIRA, 2005, p. 272). São consideradas fontes secundárias tanto materiais disponíveis nas mídias impressas como nos meios eletrônicos, incluindo: jornais, revistas, documentos históricos, imagens, gravações, vídeos, entre outros. Apesar de resolver diversos problemas e não apresentar altos custos, os dados secundários não devem ser considerados verdades absolutas, pois há uma restrição devido às limitações das informações já coletadas por outros pesquisadores, limitando o acesso às informações diferentes (WIMMER; DOM, 1987 apud MOREIRA, 2005).

Posteriormente, como principal método de coleta de dados, foi criado um roteiro com questões semiestruturadas, que foi enviado para os responsáveis pelos projetos das organizações encontradas. Um dos benefícios de usar este tipo de roteiro está em sua lista de questões, que “têm origem no problema de pesquisa e busca tratar da amplitude do tema, apresentando cada pergunta de forma mais aberta possível” (DUARTE, 2005, p. 66). O roteiro semiestruturado abrange e diferencia quatro tipos de perguntas:

- 1) perguntas denominadas consequências como, por exemplo, “o que pode significar para a comunidade urbana, na qual vive a grande quantidade de pessoas, quem não sabe ler nem escrever?”; 2) perguntas avaliativas, do tipo,

“como julga a resposta da vizinhança ao convite para participar da organização de uma cooperativa?”; 3) questões hipotéticas, como, “se você observasse que seus alunos brigam frequentemente entre si, qual seria seu comportamento como professor?”; 4) perguntas categoriais, se você observasse a respostas de seus vizinhos frente à possibilidade de organização de uma cooperativa, em quantos grupos nós poderíamos classificá-los. (TRIVIÑOS, 1987, p. 151)

A escolha pelo questionário semiestruturado ocorreu por ser um instrumento versátil, pois, por constar em seu roteiro questões abertas, fornece respostas mais aprofundadas com relação ao posicionamento dos entrevistados, mas também apresenta perguntas em formato estruturado, para que se consiga as respostas mais direcionadas e objetivas. Logo, este formato foi considerado o mais ideal para o público escolhido, que são os executivos/gestores dos projetos.

Vale ressaltar que apesar de o questionário ter sido enviado por e-mail, foi necessário realizar ligações e falar com todos os gestores para apresentar a pesquisa e solicitar suas contribuições. Como são poucas empresas que realizam projetos com refugiados, era de extrema importância que houvesse esse acompanhamento para garantir as respostas.

No que tange à colaboração das organizações com a pesquisa, o Instituto Lojas Renner retornou alegando que devido às políticas internas, não poderiam responder o questionário. O Grupo Carrefour alegou que iria responder, mas precisariam de cerca de 20 dias úteis para isso, saindo do prazo determinado. O Sebrae-SP sequer recebeu o questionário via e-mail, pois conforme a assessoria de imprensa, não havia ninguém para responder. Já a hidrelétrica Itaipu enviou diversas informações acerca do projeto por e-mail e encaminhou o questionário da representante do Pacto Global da UNDP (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento) no Brasil, havendo retorno do mesmo.

Desse modo, do total de seis projetos encontrados e cerca de nove empresas mapeadas, obteve-se como resultado seis questionários respondidos pelas seguintes empresas: EMDOC, que respondeu pelo projeto PARR; Editora Moderna, que respondeu pelo projeto Trilhas da Cidadania; o Sesc-SP, que respondeu pelo Curso de Português para Refugiados; Sodexo, Fox Time e a UNDP (Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento), que responderam pelo projeto “Empoderando Refugiadas”.

À vista disso, o próximo capítulo relatará o questionário e as respostas, além de exibir o perfil das empresas que contribuíram com esta investigação, e, finalmente,

apresentar o processo e o tratamento analítico dos dados.

## 5 OS RESULTADOS DOS QUESTIONÁRIOS

Este capítulo apresenta os resultados da etapa de coleta de dados, isto é, as respostas fornecidas pelos gestores dos projetos através do questionário semiestruturado, que foi enviado via e-mail em formato de Formulário Google. Antes de exibir as respostas, é necessário expor um breve perfil das organizações que colaboraram com a pesquisa.

### 5.1 UM BREVE PERFIL DAS EMPRESAS PARTICIPANTES

#### 5.1.1 EMDOC – Projeto PARR

A EMDOC foi fundada em 1985 e é uma consultoria jurídica especializada na área de imigração, transferências de brasileiros para o exterior e *relocation*. Em seu site, na sessão "Quem Somos", está destacada sua preocupação em adotar uma política de sustentabilidade e proteção ao meio ambiente, sendo seus procedimentos técnicos e operacionais organizados a partir desse princípio. A EMDOC São Paulo buscou e recebeu as certificações ISO 9001. Possui unidades em várias partes do Brasil: nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Amazonas, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Minas Gerais e Pernambuco, seja através de escritórios próprios ou escritórios correspondentes. Além disso, a instituição destaca nesta sessão o projeto de responsabilidade social PARR.

Abaixo a missão, visão e os valores defendidos pela consultoria:

- Missão: Prestar consultoria jurídica de imigração e suporte na acomodação e adaptação de expatriados, com comprometimento e qualidade em nossos serviços, tornando a expatriação uma enriquecedora experiência.
- Visão: Ser a empresa líder de mercado em nossa área de atuação priorizando a qualidade de nossos serviços e fazendo a diferença para nossos clientes.
- Valores: Inovação, Qualidade em nossos serviços, Ética e Integridade, Comprometimento e Dedicação. Personalização dos Serviços, Transparências e Respeito, Responsabilidade Socioambiental, Valorização da nossa equipe.<sup>26</sup>

---

<sup>26</sup> Disponível em: <<http://www.emdoc.com/institucional>>. Acessado em 20/05/2017.



### 5.1.2 Editora Moderna – Projeto Trilhas da Cidadania

A Editora Moderna foi fundada em 1968 e é líder no setor editorial focado em educação. Além de produzir livros didáticos, materiais de apoio e obras de literatura, atua também na formação de professores. Na parte "Institucional" da empresa, é ressaltado seu compromisso com o desenvolvimento da educação no país e destaca-se como seus materiais tem "a preocupação de levar ao estudante o domínio da linguagem, o desenvolvimento de habilidades e valores para a cidadania."<sup>27</sup>

Na sessão que trata a "Responsabilidade Social Corporativa", a Editora menciona que suas obras são referência para "o debate e o desenvolvimento de políticas públicas educacionais" e que apoia "projetos que levam educação e cultura para grupos distintos, favorecendo a cidadania."<sup>28</sup>

### 5.1.3 Sesc São Paulo – Curso de Português para Refugiados

O Serviço Social do Comércio (Sesc) é uma instituição brasileira privada, criada pela Confederação Nacional do Comércio em 1946, é mantida pelos empresários do comércio de bens, serviços e turismo. A organização está presente em todo âmbito nacional e tem como objetivo promover o bem-estar social dos seus empregados, familiares e a comunidade em geral. Realiza atividades em cinco campos: Educação, Saúde, Lazer, Cultura e Assistência. A ação do Sesc foca em promover a inovação e a transformação social, tendo como principal pilar a educação, que atinge diversos públicos.

Conforme descrito em seu site oficial:

No Estado de São Paulo, o Sesc conta com uma rede de 36 unidades, em sua maioria centros culturais e desportivos. Oferece também atividades de turismo social, programas de saúde e de educação ambiental, programas especiais para crianças e terceira idade, além dos pioneiros Mesa Brasil Sesc São Paulo, de combate à fome e ao desperdício de alimentos, e Internet Livre, de inclusão digital. [...] O Sesc desenvolve, assim, uma ação de educação informal e permanente com intuito de valorizar as pessoas ao estimular a autonomia pessoal, a interação e o contato com expressões e modos

---

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://www.moderna.com.br/institucional/editora-moderna/>>. Acessado em 21/05/2017.

<sup>28</sup> Disponível em: <<http://www.moderna.com.br/responsabilidade-social/>>. Acessado em 21/05/2017.

diversos de pensar, agir e sentir.<sup>29</sup>

#### 5.1.4 Sodexo – Projeto Empoderando Refugiadas

A Sodexo foi fundada em 1966 em Marseille, na França, e oferece Serviços de Qualidade de Vida. A empresa opera em 80 países e é a 18ª maior empregadora mundial, com 428 mil colaboradores. A empresa fornece soluções embasadas em duas atividades: 1) Serviços On-site, em que dão apoio a todos os processos de empresas, desde a construção da infraestrutura até a parte da comercialização de produtos, prestando suporte para que seus clientes possam manter o foco somente no ciclo de negócios; e 2) Benefícios e Incentivos, em que são oferecidos cartões com benefícios para que os colaboradores das empresas tenham acesso a vários serviços.

A Sodexo apresenta dois pontos em sua Missão, na qual se lê:

- Melhorar a Qualidade de Vida de todas as pessoas a quem servimos. Estamos empenhados em fornecer Serviços On-site e Benefícios e Incentivos (anteriormente, Motivation Solutions), que melhoram o bem-estar das pessoas, a eficácia do processo e a confiabilidade e qualidade da infraestrutura.
- Contribuir com o desenvolvimento econômico, social e ambiental das comunidades, regiões e países em que atuamos. Demonstramos este compromisso todos os dias, empregando centenas de milhares de pessoas localmente em nossas unidades pelo mundo e contribuindo com sua realização e desenvolvimento profissional. Também desenvolvemos um plano para o desenvolvimento sustentável do Grupo, chamado de "Better Tomorrow Plan". O plano, lançado em 2009, é organizado em 14 compromissos que são executados em nossos locais, por meio de nossas ofertas de saúde e bem-estar e proteção ao meio ambiente e pelo apoio ao desenvolvimento das comunidades locais em nossos países-sede.<sup>30</sup>

Os princípios que regem a instituição, conforme apresentado no portal da empresa, são:

- Lealdade: Compartilhada pela Sodexo com seus clientes, colaboradores e acionistas, com base em relacionamentos abertos e honestos. Esta é uma das pedras angulares das nossas operações.
- Respeito às pessoas: Humanização está no coração dos nossos negócios. A Sodexo é comprometida em oferecer oportunidades iguais, independente de etnia, origem, idade, gênero, crença religiosa ou escolhas de vida.
- Transparência: Este é um dos principais princípios da Sodexo, e uma constante entre suas partes interessadas: clientes, consumidores, colaboradores, acionistas e opinião pública.

<sup>29</sup> Disponível em: <<https://www.sescsp.org.br/pt/sobre-o-sesc/quem-somos/>>. Acessado em 21/05/2017.

<sup>30</sup> Disponível em: <<http://br.sodexo.com/home/quem-somos/nossos-fundamentos.html>>. Acessado em 21/05/2017.

– Integridade comercial: Não toleramos qualquer prática que não tenha nascido da honestidade, integridade e justiça, em qualquer lugar em que atuamos. Comunicamos claramente esta nossa posição aos nossos clientes, fornecedores e colaboradores, e esperamos deles essa rejeição para práticas corruptas e injustas.<sup>31</sup>

Com relação à Responsabilidade Social Corporativa, na página em que são retratadas suas ações sociais, a empresa afirma que adere aos princípios da Declaração Universal dos Direitos Humanos, da declaração Tripartite dos princípios da Organização Internacional do Trabalho, com relação às empresas multinacionais e política social e do Global Compact das Nações Unidas: Global Compact – Direitos Humanos.<sup>32</sup> A Sodexo prioriza a ética nos negócios e os direitos humanos em suas atividades.

#### 5.1.5 Fox Time – Projeto Empoderando Refugiadas

A Fox Time é uma empresa que tem como objetivo trazer um novo conceito de Recursos Humanos. Oferece serviços que envolvem recrutamento e seleção, contratação de empregados temporários, terceirização, gestão de folha de pagamento, e treinamentos e consultoria. Em sua descrição, menciona que todos os seus processos e serviços tem como valores a transparência, a inovação, a flexibilidade (dentro da lei) e o respeito em todas as suas relações.<sup>33</sup>

O projeto “Empoderando Refugiadas” é mencionado em posts no blog da empresa. Não há uma página específica que aborde a Responsabilidade Social Corporativa.

#### 5.1.6 UNDP – Projeto Empoderando Refugiadas

O *United Nations Development Programme* (UNDP), no Brasil chamado de Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), é a agência líder da rede global de desenvolvimento da ONU e trabalha principalmente pelo combate à pobreza e pelo Desenvolvimento Humano. O PNUD está presente em 166 países do

---

<sup>31</sup> Disponível em: <<http://br.sodexo.com/home/quem-somos/nossos-fundamentos/principios-eticos.html>>. Acessado em: 21/07/2017.

<sup>32</sup> Disponível em: <<http://br.sodexo.com/home/responsabilidade-corporativa.html>>. Acessado em: 21/07/2017.

<sup>33</sup> Disponível em: <<http://www.foxtime.com.br/sobre-a-foxtime/>>. Acessado em: 21/07/2017.

mundo, atuando em parceria não somente com os governos, mas também com a iniciativa privada e com a sociedade civil. O PNUD está presente no Brasil desde a década de 60. Almeja alcançar sua missão

[...] através do desenvolvimento e implementação de projetos de cooperação técnica em parcerias com instituições nacionais e visa apoiar: implementação de políticas para fortalecer setores críticos para o desenvolvimento humano; promoção dos Objetivos do Desenvolvimento do Milênio; desenvolvimento de capacidades institucionais nos governos federal, estaduais e municipais; e fortalecimento do papel da sociedade civil e do setor privado na busca do desenvolvimento humano e sustentável.<sup>34</sup>

Além disso, este órgão é responsável pelo Pacto Global, que articulou o Projeto Empoderando Refugiadas. De acordo com seu portal oficial, o Pacto Global é

[...] uma iniciativa desenvolvida pelo ex-secretário-geral da ONU, Kofi Annan, com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção refletidos em 10 princípios. Essa iniciativa conta com a participação de agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não-governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. Hoje já são mais de 12 mil organizações signatárias articuladas por cerca de 150 redes ao redor do mundo.<sup>35</sup>

## 5.2 O QUESTIONÁRIO SEMIESTRUTURADO: RESULTADOS

### 5.2.1 Os resultados das questões fechadas

As primeiras perguntas do questionário estão relacionadas ao perfil dos gestores dos projetos, abordando questões como sexo, idade, área de formação, cargo e setor da empresa. A partir das respostas, foram gerados os gráficos que serão apresentados a seguir:

#### 5.2.1.1 O Perfil dos entrevistados

##### a) Sexo:

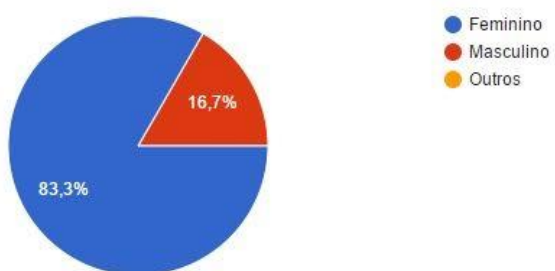
<sup>34</sup> Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/agencia/pnud/>>. Acessado em: 21/07/2017

<sup>35</sup> Disponível em: <<http://www.pactoglobal.org.br/artigo/70/O-que-eh>> Acessado em: 21/07/2017.

GRÁFICO 1 – SEXO DOS ENTREVISTADOS

Sexo:

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

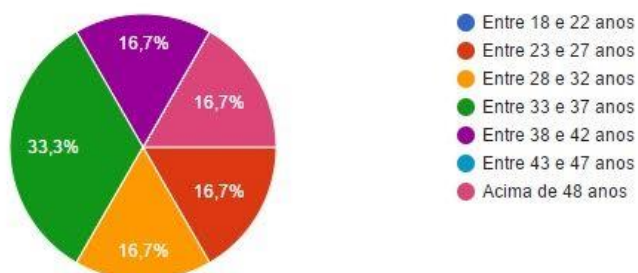
Observa-se que a maioria dos gestores que responderam o questionário são do sexo feminino, correspondendo a 83,3% (cinco pessoas), e apenas 16,7% são do sexo masculino (uma pessoa).

b) Idade

GRÁFICO 2 – IDADE DOS ENTREVISTADOS

Idade:

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

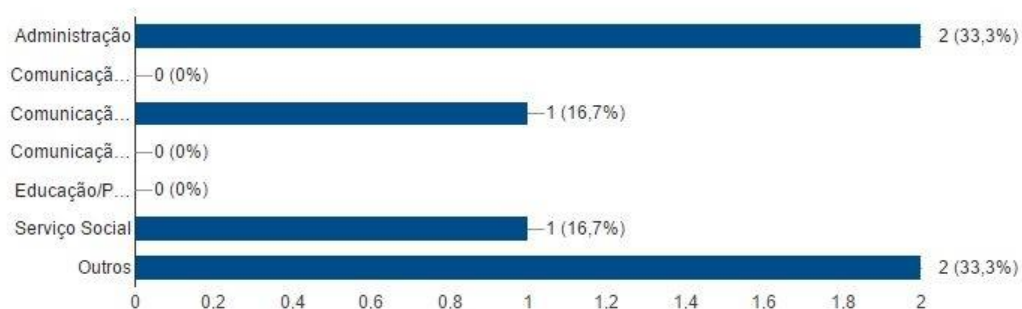
Nota-se a diversidade de faixa etária entre os gestores, demonstrando um certo equilíbrio, em que 33,3% (duas pessoas) têm entre 33 e 37 anos e as demais faixas etárias – entre 23 e 27 anos; entre 28 e 32 anos; entre 38 e 42 anos; e acima de 48 anos – indicam 16,7% cada, isto é, representam uma pessoa em cada.

### c) Área de formação acadêmica

GRÁFICO 3 – ÁREA DE FORMAÇÃO ACADÊMICA DOS ENTREVISTADOS

#### Área de formação:

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

Entre as áreas de formação acadêmica mencionadas nas alternativas estavam: Administração, Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda e/ou Relações Públicas, Educação/Pedagogia, Serviço Social e finalmente, a opção “Outros”.

Percebe-se que os itens mais assinalados foram da área da Administração com 33,3% (duas pessoas) e “Outros” com 33,3% (duas pessoas). É importante ressaltar que, dentro de “Outros”, os entrevistados especificaram sua formação: uma dessas pessoas é formada em Relações Internacionais e a outra, em Direito. Além disso, as formações em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas e Serviço Social tiveram, cada uma, 16,6% de participação (uma pessoa para cada). Diante disso, percebe-se que na área de Responsabilidade Social Empresarial, não é exigida a formação em uma carreira específica, pois o objetivo desta área em uma empresa é contribuir com o desenvolvimento da sociedade e todas as profissões

devem estar aptas para desenvolver ações do tipo, podendo essas ações se referirem a funções mais específicas e direcionadas de uma determinada área ou não.

### c) Cargo e setor da empresa

Assim como na área de formação, a partir das respostas fornecidas, nota-se a presença de diferentes cargos entre os responsáveis pelos projetos, sendo estes: Gestor de Finanças Internacionais, Analista de Comunicação Externa, Gerente de Relações Institucionais, Gerente de Desenvolvimento Organizacional e Assessora (não especificou de qual área). O mesmo se percebe com relação ao setor, dos quais foram citados: Financeiro, Comunicação Externa e Sustentabilidade, Relações Institucionais, Desenvolvimento Organizacional e ONU (pesquisado não especificou qual setor) e Gerência de Estudos e Programas Sociais. Para essa questão, não foram fornecidas alternativas, devido aos diversos setores nos quais as ações de Responsabilidade Social podem ser desenvolvidas.

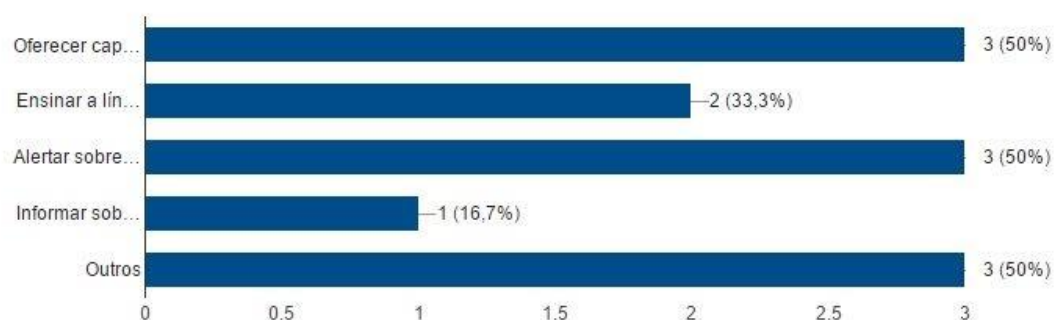
#### 5.2.1.2 As perguntas direcionadas à organização e ao projeto

Questão 1 – Qual é o objetivo do projeto?

GRÁFICO 4 – OBJETIVO DO PROJETO

1) Qual é o objetivo do projeto? (Marque no máximo duas alternativas)

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

Para essa questão foi solicitado que os entrevistados marcassem no máximo duas alternativas. Dessa forma, tanto “Oferecer capacitação profissional”, quanto “Alertar sobre regras e normas trabalhistas”, obtiveram uma contagem de 60% cada (três pessoas para cada opção). Já as alternativas “Ensinar a língua portuguesa” e “Informar sobre a utilização de serviços públicos” tiveram uma contagem de 20% cada (uma pessoa para cada opção). Com relação à “Outros”, opção selecionada por 40% dos entrevistados, os objetivos são “Incluir estes profissionais no mercado de trabalho brasileiro”, “Prepará-las para entrevistas, oferecer sessões de mentoria e coaching, com o objetivo de empoderá-las economicamente” e “Ações socioeducativas que têm o objetivo de facilitar a assimilação e compreensão da cultura brasileira a pessoas em situação de refúgio no Estado de São Paulo”.

As alternativas selecionadas indicam a preocupação em apoiar a recolocação dos refugiados no mercado de trabalho, estando em conformidade com o discurso presente na descrição dos projetos e nas notícias dos projetos publicadas na mídia em geral.

Questão 3 – O que levou à criação desse tipo de projeto?

GRÁFICO 5 – MOTIVOS PARA A CRIAÇÃO DO PROJETO



FONTE: A autora (2017).

O motivo mais selecionado pelos entrevistados foi “Compromisso com o desenvolvimento social” com 83,3% (cinco pessoas) da contagem. A opção “Outros”, foi marcada por uma pessoa, que a descreveu afirmando que: “[...] Esse projeto vai



de **encontro com os pilares Diversidade e Inclusão da empresa**, que são: Gênero, Gerações, Etnias, PCDs e LGBTQs. O Projeto Empoderando Refugiadas nos interessou pois trabalha dois desses pilares, o de Gênero, em que promovemos a **igualdade** e o empoderamento feminino no **mercado de trabalho**, e também o princípio Etnias, em que **a Sodexo promove a inclusão e a diversidade étnica e cultural dentro da empresa sem preconceitos**". Esta justificativa acabou respondendo também uma questão aberta desta pesquisa ("Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?").

Através deste resultado e da exposição do perfil das organizações (missão e valores), verifica-se que pelo menos em seu discurso, as organizações estão em harmonia com o conceito de Responsabilidade Social Empresarial, reconhecendo seu papel estratégico em colaborar com o desenvolvimento social.

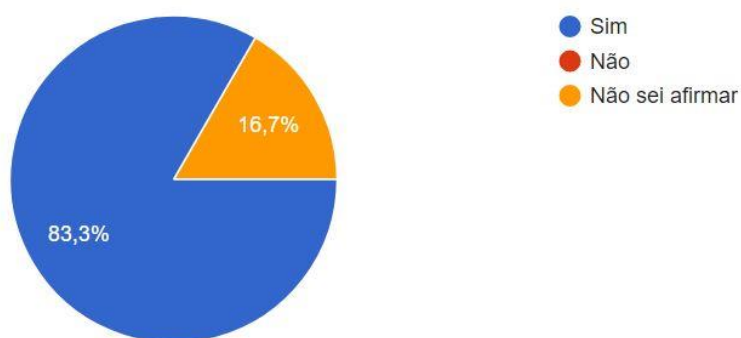
Contudo, as outras alternativas, igualmente importantes, como "Fortalecimento da cultura e imagem organizacional", "Incentivo Fiscal", "Diferencial competitivo" e "Pressão da opinião pública" não foram elegidos por nenhum dos gestores.

Questão 6 – O público interno tem conhecimento desse projeto?

GRÁFICO 6 – CONHECIMENTO DO PÚBLICO INTERNO

6) O público interno da empresa tem conhecimento desse projeto?

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

A maioria dos pesquisados – 83,3% (cinco pessoas) – afirma que o público interno tem conhecimento do projeto e apenas 16,7% (uma pessoa) não sabe afirmar.

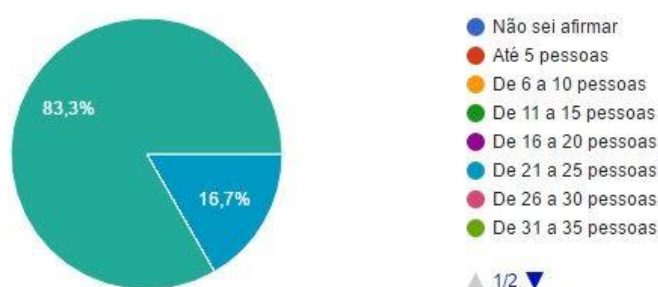
Nesse sentido, o resultado indica que o projeto de responsabilidade social está sendo comunicado e divulgado para os colaboradores das organizações, o que contribui ainda mais para fortalecer sua imagem perante esse público.

Questão 7 – Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

GRÁFICO 7 – PARTICIPAÇÃO DOS REFUGIADOS

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

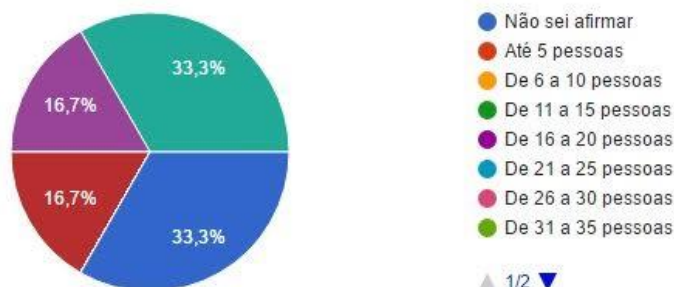
Praticamente todos os entrevistados responderam que mais de 51 pessoas participaram do projeto (83,3%), com exceção de uma pessoa (16,7%) que respondeu marcando a alternativa “de 21 a 25 pessoas”. O resultado indica que boa parte dos poucos projetos voltados para a inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário tenta alcançar um número significativo de pessoas; no entanto, o número de participantes ainda é baixo considerando o atual cenário de refúgio no Brasil. Além disso, é importante ressaltar que a descrição dos projetos não menciona se foi feita ou não uma seleção desses refugiados e de que forma esta seleção foi realizada.

Questão 8 – Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

GRÁFICO 8 – NÚMERO DE PESSOAS COM O DOMÍNIO DO PORTUGUÊS

### 8) Quantas pessoas tem/tinham o domínio do português?

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

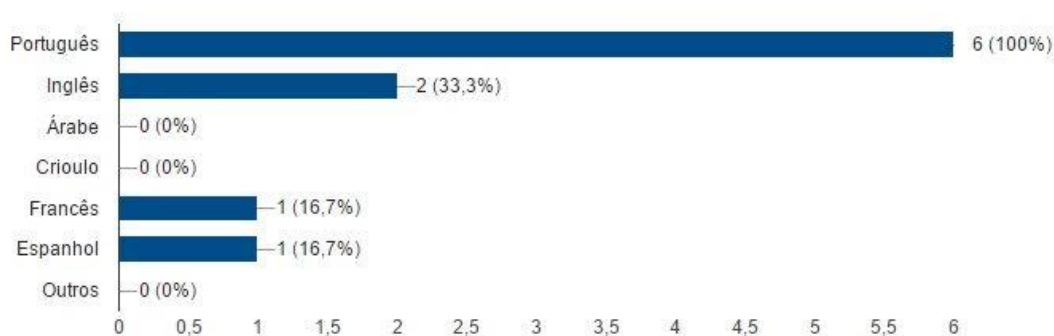
Dos pesquisados, 33,3% (duas pessoas) não sabem afirmar se o público-alvo possuía domínio do idioma, assim como 33,3% elegeram a opção “mais de 51 pessoas”. Já as alternativas “de 36 a 40 pessoas” e “de 46 a 50 pessoas” receberam uma contagem de 16,7% cada (uma pessoa para cada opção). Esses números indicam que muitos e/ou a maioria dos participantes da ação tinham/têm domínio da língua portuguesa, facilitando e tornando o trabalho das instituições realizadoras mais eficiente e com mais probabilidade de surtir um efeito entre os refugiados. Um dado importante é que a Sodexo, a Fox Time e a UNDP forneceram três respostas diferentes, mesmo apoiando o mesmo projeto.

Questão 9 – Em quais línguas o projeto foi executado?

GRÁFICO 9 – LÍNGUAS UTILIZADAS NA EXECUÇÃO DO PROJETO

### 9) Em quais línguas o projeto foi/é executado?

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

Todos os entrevistados afirmaram que o projeto foi executado em Português. Entretanto, observa-se que foi necessário falar outros idiomas como forma de apoio; nesse sentido, 33,3% (duas pessoas) da contagem utilizaram o inglês, enquanto o francês e o espanhol tiveram uma contagem de 16,7% cada (uma pessoa para cada opção). Árabe, crioulo e outros idiomas não foram falados durante a execução dos projetos.

À vista disso, constata-se que apesar de a questão anterior mostrar que boa parte dos participantes têm/tinham o domínio do português, os refugiados – ou boa parte deles – ainda encontram dificuldades em adquirir a fluência do idioma. Em um país em que apenas 5% da população domina o inglês<sup>36</sup>, não ter a fluência do português representa um grande obstáculo para o refugiado se integrar na sociedade brasileira.

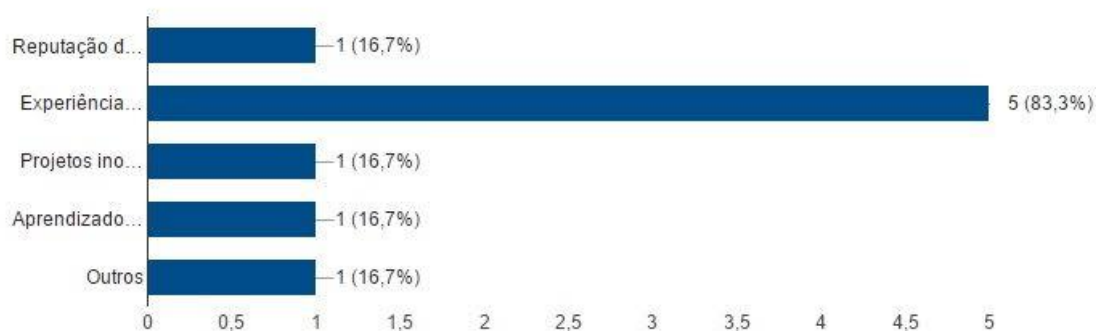
Questão 10 – Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil – como o ACNUR, Cáritas Arquidiocesana e ONGs – para executar o projeto?

GRÁFICO 10 – PARCERIA COM ORGANIZAÇÕES DA SOCIEDADE CIVIL

<sup>36</sup> Segundo dados de pesquisa realizada pelo British Council em 2012. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/emprego/brasileiros-nao-sabem-falar-ingles- apenas-5-dominam-idioma-6239142>

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil - como o ACNUR, Caritas Arquidiocesana e ONGs - para executar o projeto?

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

A maioria dos gestores, 83,3% (cinco pessoas), afirmou que se juntou com as organizações da sociedade civil para executar o projeto pela “Experiência de atuação”, em seguida estão as alternativas “Reputação da instituição”, “Projetos inovadores”, “Aprendizado junto à instituição” e “Outros”, com participação de 16,7% em cada alternativa. O pesquisado que selecionou a opção “Outros” específica da seguinte maneira: “ACNUR – por ser a Instituição competente no Brasil e a Cáritas por ser parceira da ACNUR e NÃO TER FINS LUCRATIVOS”.

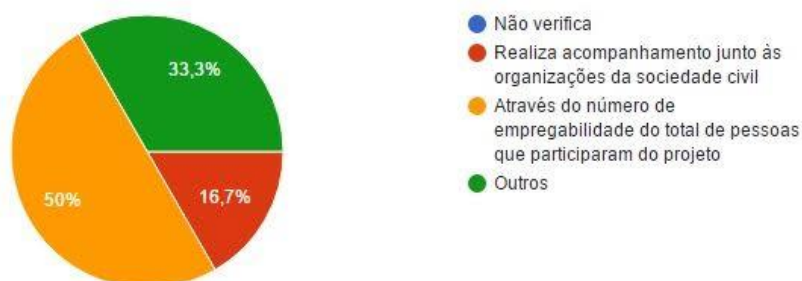
Todas as empresas se juntaram a pelo menos uma organização da sociedade civil para realizar o projeto; sendo assim, aqui concebe-se que a trajetória de cada instituição da sociedade civil é levada em consideração pelas organizações privadas.

Questão 11 – Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

GRÁFICO 11 – VERIFICAÇÃO DOS RESULTADOS

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

6 respostas



FONTE: A autora (2017).

Um total de 50% (três pessoas) mede “através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto” a efetividade do projeto com o público-alvo. A opção “Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil” teve 16,7% (uma pessoa). E os 33,3% (duas pessoas) que marcaram a opção “Outros” identificaram em respostas discursivas que suas ações são “Relatórios, entrevistas de feed back com as empresas e com refugiados etc.” e “No projeto Trilhas da Cidadania a estratégia de avaliação esteve intrinsecamente ligada ao processo educativo. Buscou-se atender à necessidade de acompanhamento da aprendizagem pelo próprio educando e pelo educador, de forma contínua e processual. **Dessa forma, estimulou-se que o educando pudesse ser capaz de avaliar a si mesmo e os objetivos que almejava alcançar. Não foram aplicados testes convencionais em nenhuma das cinco edições do curso. A verificação da evolução dos refugiados em relação ao domínio da língua portuguesa e ao conhecimento sobre a cidade de São Paulo, bem como do impacto do projeto, foi feita por registros contínuos ao longo das trilhas e pela aplicação de um questionário no início e no final do curso. Esse instrumento permitiu a autoavaliação e a apropriação individual do percurso realizado.**” Esta resposta será analisada mais a fundo juntamente com as questões abertas do questionário na próxima sessão.

A partir dessas respostas, nota-se a importância do empoderamento do refugiado através do trabalho, revelando uma sintonia entre o que as empresas propõem com os projetos – principalmente as que focam mais na preparação do

refugiado para o mercado de trabalho brasileiro – e as formas que utilizam para verificam a efetividade de suas ações.

### 5.2.2 Os resultados das questões abertas

Esta parte exibe a tabulação das perguntas abertas do questionário. Aqui, foram realizadas uma síntese e algumas inferências dos resultados de cada questão. Todavia, todos esses pontos serão aprofundados na análise presente no próximo capítulo.

Questão 2 – Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

TABELA 2 – MISSÃO E VALORES DA EMPRESA

Empresas	Respostas
EMDOC	O PARR é um projeto 100% patrocinado pela EMDOC, não temos incentivo fiscal, doações ou qualquer outro tipo de incentivo, nosso projeto é transparente e tem como único objetivo auxiliar esta população que está recomeçando a vida aqui. E a relação com a missão e valores é a <b>transparência, ética, respeito</b> ao outro.
Sodexo	A Sodexo possui a <b>responsabilidade social</b> como um de seus pilares, temos um Plano de sustentabilidade que é seguido pelos 80 países em que a empresa atua, o Better Tomorrow 2025, que propõe <b>9 compromissos envolvendo Indivíduos, Comunidades locais e Meio Ambiente</b> . Nesse sentido a Sodexo entende que tem um <b>papel fundamental no desenvolvimento da comunidade em que atua e as pessoas nelas inseridas</b> .
Editora Moderna	A Editora Moderna exerce a <b>responsabilidade social corporativa por meio de práticas sustentáveis e no desenvolvimento de ações que reafirmam o seu compromisso com a qualidade da educação no País</b> . Seu relacionamento com os diferentes públicos – funcionários, fornecedores, clientes, governo, sociedade civil - está pautado pela <b>ética, profissionalismo e compromisso social</b> . Entre as principais iniciativas está a publicação e divulgação de obras de referência para o debate e o desenvolvimento de políticas públicas educacionais. A Editora também apoia projetos que levam <b>educação e cultura para grupos distintos</b> , favorecendo a cidadania, como é o caso do Projeto Trilhas da Cidadania.
Fox Time	Os valores de nossa empresa passam pelo <b>respeito ao ser humano</b> , nas formas mais amplas do conceito. Nós acreditamos que a principal forma de <b>dignidade humana é através do emprego</b> , já que o emprego possibilita o ser humano a conquistar seus sonhos e viver com <b>dignidade</b> . Porém essas pessoas chegam ao país sem informações básicas sobre como funciona nosso sistema de emprego, nossa legislação trabalhista, nossos hábitos e cultura organizacional. Sem esse conhecimento, essas pessoas estão vulnerabilizadas, disponíveis para golpes e, claro, <b>marginalizadas</b> .
UNDP (ONU)	<b>Incentivar empresas</b> para contribuir para agenda da ONU de Desenvolvimento.
Sesc-SP	Motivados pelo <b>princípio de responsabilidade social e a promoção do bem-estar</b>

---

**social e da qualidade de vida.**

---

FONTE: A autora (2017).

A partir das respostas, observa-se que os gestores utilizam termos mais amplos, como “transparência”, “ética”, “respeito”, “compromisso social”, “dignidade”, “práticas sustentáveis” e “promoção do bem-estar social e da qualidade de vida” para relacionar sua missão e valores com o projeto. Isso mostra que o discurso dos gestores está mais ligado ao conceito de responsabilidade social empresarial, do que com a ideia de comunicação intercultural, que é o elemento chave para a efetividade dessas ações. Além disso, nenhum dos gestores mencionou o seu produto/serviço na resposta, demonstrando que por mais que a empresa valorize a responsabilidade social, a associação entre o *core business* e a ação social promovida pode não ser clara ou até mesmo não existir.

Questão 4 – Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

TABELA 3 – PÚBLICO-ALVO

<b>Empresas</b>	<b>Respostas</b>
EMDOC	O PARR foi criado em 2011 depois que participamos de uma oficina de refugiados e ninguém havia falado no ponto principal que era a recolocação destes profissionais no mercado de trabalho brasileiro. <b>Entendemos que além de toda a ajuda humanitária temos que inserir esta população em nosso ambiente profissional e pessoal.</b>
Sodexo	<b>Os refugiados são um público de extrema fragilidade</b> , e a Sodexo busca ajudar a os que necessitam dentro da comunidade em que atua.
Editora Moderna	A Editora também apoia projetos que levam educação e cultura para <b>grupos distintos</b> , favorecendo a <b>cidadania</b> .
Fox Time	Por conta da <b>vulnerabilidade social</b> a que essas pessoas estão submetidas.
UNDP (ONU)	Pelo interesse pessoal e <b>oportunidades de parceria</b> .
Sesc-SP	Por entendermos que pessoas que vivem uma situação de <b>alta vulnerabilidade</b> e que necessitam construir rapidamente novos vínculos sociais e culturais

FONTE: A autora (2017).

Observa-se que os gestores explicam a escolha do público alvo por focarem na condição dos refugiados e utilizam expressões como “inserir esta população em nosso ambiente profissional e pessoal”, “público de extrema fragilidade” e



“vulnerabilidade social a que estas pessoas estão submetidas”. Assim como na pergunta dois, não demonstram uma associação com o seu *core business*.

Questão 5 – De que forma o projeto contribui para inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

TABELA 4 – CONTRIBUIÇÃO DO PROJETO NA SOCIEDADE

<b>Empresas</b>	<b>Respostas</b>
EMDOC	A missão do PARR é <b>desmistificar</b> o que é o refúgio e <b>mostrar para as empresas que são profissionais altamente qualificados e somente precisam de uma oportunidade</b> .
Sodexo	Dentro da Sodexo, após a primeira edição, 2 refugiadas foram contratadas por nós, além disso, muitas outras mulheres iniciaram seus próprios negócios e/ou entraram no mercado. <b>O projeto tem uma grande importância pois coloca em foco no mercado e na mídia pessoas que não possuem tantas oportunidades e as ajuda entender seus direitos e como entrar no mercado</b> . A Sodexo também estabeleceu uma meta de abrir mensalmente vagas para refugiados no país.
Editora Moderna	O projeto visava assegurar <b>o ensino da língua portuguesa de modo que os participantes do projeto tivessem autonomia para reconstruir suas vidas em um novo país</b> , ampliando seu potencial de comunicação. Mas era igualmente importante que o português servisse como porta de entrada para percorrer um caminho ainda tortuoso no Brasil, representado pela inclusão efetiva e pela garantia de cidadania dessa população.
Fox Time	<b>O projeto principalmente empodera essas pessoas com informação</b> . Com a informação correta e entendendo como nosso país funciona, essas pessoas conseguem emprego no mercado formal ou formalizam seu pequeno negócio (como MEI, por exemplo) e passam a fazer parte do organismo social.
UNDP (ONU)	<b>Através de capacitação em grupo e orientações individuais sobre direitos e mercado de trabalho e encaminhamento para vagas de trabalho (refugiadas); sensibilização das empresas</b> .
Sesc-SP	A oferta de curso de Língua Portuguesa especialmente desenvolvido para <b>atender as necessidades dessas pessoas</b> , ações culturais e de <b>troca de saberes, desenvolvidas pelos próprios refugiados</b> nas unidades do Sesc São Paulo.

FONTE: A autora (2017).

O discurso dos gestores se divide em dois eixos principais. Um deles é a inclusão do refugiado em uma nova cultura, sendo possível identificar esse traço pelas frases das respostas da EMDOC e Editoria Moderna: “troca de saberes, desenvolvidas pelos próprios refugiados” e o “ensino da língua portuguesa de modo que os participantes do projeto tivessem autonomia para reconstruir suas vidas em um novo país”. O outro eixo, que apresenta uma predominância em praticamente todas as respostas, é a inserção dessa pessoa no mercado de trabalho, por meio da

presença de expressões como, “profissionais qualificados”, “oportunidade”, “mercado de trabalho”, “autonomia”, “empoderamento”, “capacitação e sensibilização das empresas”.

Questão 12 – Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?

TABELA 5 – DURAÇÃO DOS PROJETOS

<b>Empresas</b>	<b>Respostas</b>
EMDOC	A partir de 2011 – em andamento
Sodexo	Começou em novembro de 2015 e segunda edição em 2017.
Editora Moderna	Início 2012 – Final em 2016
Fox Time	O projeto piloto começou em novembro de 2015 e agora estamos em andamento da segunda edição.
UNDP (ONU)	Novembro de 2015
Sesc-SP	As atividades iniciaram em 1996, logo após assinatura de convênio e até os dias de hoje.

FONTE: A autora (2017).

Os resultados relatam que todos os projetos, com exceção do projeto “Trilhas da Cidadania”, ainda estão em andamento, mostrando que a fase piloto gerou resultados positivos para as organizações. Apesar de já ter finalizado, o projeto “Trilhas da Cidadania” durou por um tempo significativo.

Questão 13 – Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade.

TABELA 6 – IMPORTÂNCIA DO PROJETO PARA EMPRESA E SOCIEDADE

<b>Empresas</b>	<b>Respostas</b>
EMDOC	Nosso foco principal é <b>mostrar para a sociedade brasileira que estas pessoas que estão refugiadas hoje no Brasil, em seus países de origem eram doutores, professores, engenheiros, médicos, entre outras profissões e que podem agregar muito em nosso ambiente corporativo e pessoal, trazendo uma nova cultura, uma nova língua a ser aprendida.</b>
Sodexo	-

Editora Moderna	<p>Garantir que o processo de <b>aprendizagem ocorra de forma contextualizada</b>, levando em conta os <b>interesses dos estudantes e em diálogo permanente com a cidade</b> sintetiza a nossa proposta. Somadas às <b>vulnerabilidades inerentes à situação de refúgio</b>, a mudança de paradigma sobre o que, como e onde se aprende torna-se ainda mais desafiadora e relevante. Foi essa a tarefa assumida durante as cinco edições do projeto Trilhas da Cidadania. Era preciso, por um lado, assegurar o <b>ensino da língua portuguesa</b> de modo que os participantes do projeto tivessem <b>autonomia para reconstruir suas vidas em um novo país</b>, ampliando seu potencial de comunicação. Mas era igualmente importante que o português servisse como porta de entrada para percorrer um caminho ainda tortuoso no Brasil, representado pela <b>inclusão efetiva e pela garantia de cidadania dessa população</b>. Ao longo desse percurso, o projeto assumiu como estratégia <b>a aproximação de novos agentes ao processo educativo, articulando a oferta cultural do centro de São Paulo com as demandas e interesses apresentados pelos solicitantes de refúgio e refugiados em sala de aula</b>. Além de <b>sensibilizar as equipes que atuam nesses locais para a realidade vivenciada por esses migrantes</b>, operando verdadeiras transformações nesses locais e na atuação das pessoas, o Trilhas da Cidadania contribuiu para <b>a formação de um território intencionalmente mais educador</b>. Um dado que ilustra esse impacto é a incorporação de refugiados ao quadro de funcionários desses espaços e serviços, como é o caso do ex-aluno do curso contratado para trabalhar no CATe. Tratando-se de São Paulo, principal local de destino da população migrante que chega ao Brasil, <b>é preciso observar que o que hoje entendemos como a identidade dessa metrópole passa invariavelmente por sua composição diversa e multicultural</b>. Considerando as dinâmicas das migrações contemporâneas e o papel ocupado pelo Brasil no mundo globalizado, projetos como o Trilhas da Cidadania endossam o compromisso da sociedade civil com a construção de soluções duradouras para os desafios oriundos desse fenômeno. Acreditamos que é <b>papel do Estado brasileiro e da sociedade civil proporcionar as condições necessárias para a adaptação de pessoas que saem de situações extremas em seus países de origem</b> e, com muita força de vontade, chegam ao Brasil para morar, trabalhar e construir uma nova sociedade brasileira, mais <b>justa, democrática e solidária</b>. Migrar é um direito humano universal que, para ser efetivado no Brasil, precisa ser <b>objeto de iniciativas e políticas públicas mais consistentes e eficazes</b>. Deixamos aqui nossa contribuição, com o intuito de que essa experiência colabore para que o fenômeno ganhe a devida atenção no país, garantindo a todas as pessoas que aqui vivem condições de exercer uma <b>cidadania</b> plena hoje e sempre.</p>
Fox Time	<p>Oferecer caminhos para que essas pessoas sejam <b>autossustentáveis</b> traz diversos benefícios à sociedade como um todo. Acelera a economia, <b>acrescenta com a diversidade cultural</b>, faz com que as pessoas sejam independentes e realizadoras, entre outros benefícios. Para a empresa, ganhamos em diversos pontos, porém os principais são: 1. <b>Imagem corporativa</b>, que mesmo não sendo o objetivo, abriu diversas <b>oportunidades de mídia espontânea</b>. 2. <b>Salário emocional dos nossos colaboradores</b>: todos que estão ou não envolvidos com o projeto relatam sentir <b>orgulho de trabalhar numa empresa que se importa com essas questões</b>. Percebemos nitidamente uma <b>melhora do clima organizacional</b>, com pessoas mais motivadas e gratas.</p>
UNDP (ONU)	<p>O projeto Empoderando Refugiadas tem resultados muito específicos tanto na vida das refugiadas quanto na <b>sensibilização de empresas</b> (mais de 200 representantes participaram das atividades)</p>
Sesc-SP	<p>Extrema importância por entendermos que <b>somos todos frutos do refugio</b>.</p>

FONTE: A autora (2017).

Os resultados desta questão, similarmente ao que ocorre nas questões dois

e quatro, mostram que todos os gestores, com exceção da Fox Time, responderam abordando apenas a importância do projeto para a sociedade, mas não para empresa. A Fox Time foi a única a mencionar a questão da melhora da “imagem corporativa” perante à sociedade como algo benéfico para o seu negócio.

Dentre as frases desses discursos que se destacam estão: “[...] podem agregar muito em nosso ambiente corporativo e pessoal, trazendo uma nova cultura, uma nova língua a ser aprendida”; “[...] aprendizagem ocorra de forma contextualizada”, “[...] a aproximação de novos agentes ao processo educativo, articulando a oferta cultural do centro de São Paulo com as demandas e interesses apresentados pelos solicitantes de refúgio e refugiados em sala de aula.”, “[...] a formação de um território intencionalmente mais educador””, “[...] acrescenta com a diversidade cultural”, “[...] é preciso observar que o que hoje entendemos como a identidade dessa metrópole passa invariavelmente por sua composição diversa e multicultural”.

Por fim, os resultados que mais destoam dos questionários, bem como suas bases da comunicação intercultural, serão explorados mais a fundo no próximo capítulo.

## 6 ANÁLISE DOS DADOS

Com a finalidade de explorar os questionários de forma mais aprofundada, este capítulo apresenta uma análise partindo de categorias relacionadas aos princípios da comunicação intercultural para a aplicabilidade dos projetos e assim responder por completo o problema de pesquisa proposto.

Dessa forma, com base em Grohs (2013), foram eleitas como categorias teóricas de análise os quatro conceitos-chave da Comunicação Intercultural: a) o relacionamento e trocas entre diferentes culturas; b) a transformação social e cultural por processos de interação; c) o tratamento igualitário dispensado às diferentes culturas; e d) a mútua compreensão e valorização das singularidades. Além desses princípios, outras duas categorias servirão para a análise; são elas: e) Valores comuns partilhados entre culturas; e f) Condição dada a participação dos sujeitos.

Esses princípios se relacionam com a estratégia da gestão intercultural, já que esta é encarregada de oferecer suporte na resolução de problemas e tem papel fundamental na conscientização com relação à diversidade cultural aos diversos públicos ligados a uma organização (SEBASTIÃO; FERNANDES, 2015). Por isso, este ponto também será levado em conta na análise das falas.

Com isto posto, ao verificar todos os resultados dos questionários é essencial destacar alguns pontos-chave, antes de entrar na discussão da relação dos projetos com a comunicação intercultural propriamente dita.

Primeiramente, é evidente que todas as empresas querem transmitir uma imagem de benfeitores, pois principalmente nos discursos das questões 2 – Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?; 3 – O que levou à criação desse tipo de projeto?; 4 – Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?; e 13 – Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade, os gestores discursam de forma que o projeto apenas existe para trazer benefícios à sociedade em geral e não para a empresa. Somente houve uma resposta – da Fox Time – relatando os benefícios para a imagem organizacional e no ambiente interno. Ainda assim, a empresa tenta amenizar seu discurso com a frase “mesmo não sendo o objetivo”.

Tendo isso em vista, o resultado da questão três do questionário (“O que levou à criação desse tipo de projeto?”) trata justamente dessa questão, pois nenhum gestor sequer marcou a opção “Fortalecimento da cultura e imagem organizacional”, mesmo

com possibilidade de marcar múltiplas respostas. Desse modo, as empresas passam a impressão de que gerar o desenvolvimento social desejado por meio do projeto não teria quaisquer consequências positivas para a sua identidade organizacional, ou que não seria uma forma de fortalecer seus negócios.

A discussão levantada no capítulo três, que trata de os projetos não deverem ter como motivação única a diferença competitiva (COELHO JR., 2015) é extremamente relevante nesse contexto. Todavia, não se pode cair na ingenuidade ao pensar que essas empresas fazem as ações sociais exclusivamente para o bem-estar social. Ademais, as organizações que realizam responsabilidade social, voluntariamente ou até mesmo sob pressão, ao divulgarem o mesmo para seus públicos, firmam um posicionamento explícito de preocupação com a imagem organizacional.

A pesquisa realizada pela InterScience em 2004, divulgada no capítulo três desta monografia, mostra justamente esse tópico, em que 56% dos executivos afirmaram realizar responsabilidade social por valorizar a imagem da empresa. Ainda, a pergunta 6 do questionário explora esse ponto e, em suas respostas, 83,3% dos gestores apontam que o público interno tem conhecimento desse projeto, demonstrando essas ações são divulgadas no ambiente interno para informar e, logo, fortalecer a reputação das corporações perante esse público.

Diante desse resultado, vale retomar o debate proposto por Gontarz (2008), sobre as ações de responsabilidade social dependerem muito da forma em que são evidenciadas aos *stakeholders*. Aqui está o papel chave das Relações Públicas que, também através de práticas de responsabilidade social, determinam o posicionamento de uma instituição com relação à preocupação da qualidade de vida de seus públicos. Desse modo, não basta somente realizar as ações, é necessário que estas sejam comunicadas. Assim, assumir os benefícios que uma instituição ganha a partir de uma ação social não representa crime nenhum.

Outro questionamento pertinente é que todas as empresas se associaram a alguma organização da sociedade civil, sendo que cinco gestores apontam como motivo principal a “Experiência de atuação” destas entidades. Mais um resultado que contradiz o suposto desinteresse das empresas em fortalecer sua imagem, pois, ao eleger essa opção, as corporações demonstram que levam em consideração o histórico relevante e positivo dessas entidades, antes de oficializar a parceria e vincular o projeto com a sua marca.

Parcerias desse tipo são comuns e recomendadas pelo Instituto Ethos (2008), pelo fato de representarem alianças estratégicas nos diversos âmbitos das corporações e seu valor na “implementação de programas de diversidade, como pela repercussão social que podem trazer, viabilizando projetos que a empresa não poderia empreender sozinha [...]” (INSTITUTO ETHOS, 2008, p. 48). Essa união demonstra o compartilhamento de responsabilidade de todos os setores da sociedade pela causa social.

No entanto, algumas questões precisam ser discutidas acerca dessas parcerias, que vão muito além da vontade das corporações em realizar um projeto relevante ou aprender com quem tem experiência. O primeiro ponto seria uma possível terceirização da responsabilidade social por parte das empresas, isto é, o compromisso com o social ainda se mantém, sobretudo, com as entidades da sociedade civil. Além disso, com relação ao resultado “Aprendizado junto à instituição”, que teve 16,7% de participação, nota-se que as corporações ainda mantêm essas alianças, mesmo que todos os projetos já tenham passado da fase piloto.

As falas dos gestores priorizam a responsabilidade social, conceito que consiste no “compromisso para com o desenvolvimento da sociedade, especialmente no atendimento das necessidades dos *stakeholders*” (RIBEIRO; MORESCO, 2013, p. 2). Eles utilizam termos como “transparência”, “ética”, “respeito”, “práticas sustentáveis”, “dignidade”, “bem-estar social” e “qualidade de vida”, entrando na categoria *valores comuns partilhados entre culturas*, ao se referirem aos refugiados e o papel das ações promovidas.

No entanto, são discursos que focam muito em aspectos macro e não tocam em pontos específicos da realidade dos refugiados no Brasil. A objeção aqui é se as empresas de fato sabem realizar ou se existe uma real intenção em aprender a responsabilidade social, pois, não bastando nenhum dos entrevistados associar a ação social com o seu negócio, os gestores dão indícios de que tanto o projeto, quanto a escolha do público são, de certa forma, aleatórios. Nos resultados da questão dois (“O que levou à criação desse projeto?”) e quatro (“Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?”) verifica-se que, por mais que apresentem um tom solidário, o cenário descrito pelos gestores também se aplica à situação de outros grupos fragilizados, não apenas aos refugiados. Além disso, o baixo número de projetos encontrados sinaliza um desconhecimento do cenário de refúgio no Brasil por parte

da iniciativa privada.

A característica macro presente nos discursos trata a diversidade cultural, porém de forma superficial, não aprofundando a importante questão da “diferença”. Pois, conforme a discussão levantada no capítulo dois deste trabalho, a identidade dos sujeitos é reconhecida através da “diferença” (HALL, 2006), que está sendo cada vez mais exposta por causa da globalização. Por isso, ao olhar para a situação dos refugiados e objetivar a inclusão desse grupo, as estratégias devem pautar-se pela inovação, criatividade, e, acima de tudo, devem priorizar a receptividade a novas influências (UNESCO, 2009). Conforme Canclini (2010), a interculturalidade é a proposta que dá conta disso e serve de base para analisar de que forma seus aspectos estão presentes na divulgação e discurso dos gestores dos projetos.

Para Banks (1995), a comunicação intercultural que visa ser excelente busca conhecer o ‘estranho’, ressaltar a valorização das diferenças e promover uma forma de gestão de modelos diversificados, como executar atos de Relações Públicas levando em conta as particularidades culturais e para sensibilizar a questão da diversidade cultural. Deste modo, com relação aos refugiados, as práticas de Responsabilidade Social fundamentadas na comunicação intercultural são meios essenciais para o combate da ignorância e preconceitos que atacam essa minoria.

À vista disso, percebe-se uma grande preocupação com a inserção do refugiado no mercado de trabalho em praticamente todos os discursos das questões 1, 11, 4, 5 e 13. Porém, mais especificamente tratando dos resultados da pergunta 11 (“Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?”), verifica-se que a opção que obteve maior participação nela é “através do número de empregabilidade do total de pessoas”. Este resultado, juntamente com os da questão 13 (“Comente sobre a importância do projeto para a empresa e para a sociedade”), em que os gestores enunciam pontos importantes do empoderamento dos refugiados como a autonomia, a capacidade profissional e a aprendizagem do idioma de modo contextualizado, levam à seguinte reflexão: existe a preocupação de colaborar na busca por emprego; entretanto, nas falas há ausência de uma atenção especial a se o refugiado é tratado com igualdade e dignidade no ambiente de trabalho, pois conforme assinalado por Lopes (2016), é no âmbito das relações de trabalho que ocorrem violações. Essa indagação toca nas premissas da comunicação intercultural que considera a inclusão da diversidade também por meio da *transformação social e cultural por processos de interação* e do *tratamento igualitário dispensado às*



*diferentes culturas*, aplicando-se impreterivelmente às relações de trabalho.

Essa interação se dá principalmente pela linguagem, pois trata-se de uma das expressões centrais para a transmissão de conhecimento (WITTGENSTEIN, 1994), por isso o aprendizado da língua portuguesa é fundamental para o processo de adaptação do estrangeiro. Este tópico é abordado nas perguntas 8 e 9 (“Quantas pessoas tem/tinham o domínio do português?” e “Em quais línguas o projeto foi/é executado?”, respectivamente), em que boa parte dos participantes detinham/detém o domínio do idioma, mas merece um ponto de atenção com relação aos refugiados que acabam de chegar ou aqueles com mais dificuldades para aprender o português, que podem ser excluídos de projetos do tipo, contrapondo-se ao princípio da *mútua compreensão e valorização das singularidades* parte da comunicação intercultural. Outrossim, é importante evidenciar que nessa questão, a Sodexo, a Fox Time e a UNDP forneceram três respostas diferentes, mesmo apoiando o mesmo projeto, o que indica que nem mesmo para os gestores está claro qual é o número de pessoas que dominam o idioma, indicando também uma falta de troca de conhecimentos entre as empresas.

Nas respostas da pergunta 5 (“De que forma o projeto contribui para inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?”), todos os gestores, com exceção da Editora Moderna e do Sesc-SP que possuem projetos mais voltados para o ensino do idioma, colocam o trabalho como a única condição para o refugiado se integrar no novo meio em que vive e que, dessa forma, os projetos contribuem com a sociedade através da preparação desse refugiado para o mercado de trabalho brasileiro. Isto é percebido nas questões, 1, 2, 11 e 13. Dessa forma, por mais que os gestores do projeto “Empoderando Refugiadas” e “Trilhas da Cidadania” mencionem a questão da sensibilização das instituições, ainda se nota um desequilíbrio entre a interação de culturas, em que o refugiado detém uma maior obrigação em assimilar a nova cultura que as empresas que irão contratá-lo, entrando em conflito com o ponto do *tratamento igualitário dispensado às diferentes culturas* e da *condição dada a participação dos sujeitos*.

Isto é um retrato nítido da noção de multiculturalismo corporativo proposto por Stuart Hall (2003), que implica em criar ações para atender às exigências de uma minoria, mas com o requisito de que grupos minoritários se ajustem na cultura dominante, mantendo a hegemonia de certos grupos como ditadores de comportamentos. Hall (2003) também fala do multiculturalismo crítico, em que são

questionadas as relações de poder e desigualdades entre os grupos.

Por outro lado, conforme os trechos selecionados no capítulo anterior, os resultados da questão 13 (“Comente sobre a importância do projeto para a sociedade e empresa”) estão em sintonia com os pilares da comunicação intercultural, principalmente em algumas frases identificadas nas falas dos gestores da EMDOC e Editora Moderna. Logo, as manifestações mostram uma aproximação dos pilares para que a comunicação intercultural ocorra de forma efetiva, essencialmente por citarem o principal agente para o seu desenvolvimento: a educação.

Observa-se um discurso mais aberto com relação ao reconhecimento e ao entendimento das diferenças – tocando nos pontos que envolvem o *relacionamento e trocas entre diferentes culturas* e a *transformação social e cultural por processos de interação* –, uma vez que os gestores não estigmatizam o refugiado e procuram passar os benefícios que as empresas terão ao contratá-lo. Essa característica está presente principalmente nos discursos da EMDOC, que enfatiza o fato de que essas pessoas são profissionais que podem acrescentar de forma positiva ao ambiente de trabalho justamente pelo fato de serem de outra cultura; da Fox Time que menciona a colaboração dos refugiados à economia; e da Editora Moderna, cujo contexto descrito na resposta (“é preciso observar que o que hoje entendemos como a identidade dessa metrópole passa invariavelmente por sua composição diversa e multicultural”) se assemelha muito ao que foi mostrado no capítulo dois deste trabalho, acerca de globalização, identidade e cultura.

Outrossim, vale destacar que a Fox Time, na pergunta 1 (“Qual é o objetivo do projeto?”), destaca que oferece sessões de mentoria e *coaching*, e a Editora Moderna afirma na questão 11 (“Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?”) que seus participantes realizam autoavaliações para entender seu próprio domínio de português. Ambas as respostas se relacionam com o princípio da *mútua compreensão e valorização das singularidades*. O Sesc-SP menciona a troca de culturas na presença do andamento da ação, entrando na *questão do relacionamento e trocas entre diferentes culturas*.

Embora existam sinais nas falas com características da comunicação intercultural, não se pode afirmar que os gestores sigam por completo suas premissas na condução desses projetos, uma vez que a proposta intercultural precisa de algumas condições para se efetivar. Por isso, de acordo com Ferrari (2015, p. 61), o primeiro ponto é que deve-se privilegiar o diálogo, estabelecendo uma relação de

equilíbrio e não de dominação entre os indivíduos. O segundo ponto é a importância em acabar com os estereótipos e promover uma mudança de mentalidade. O terceiro ponto está em iniciar a negociação intercultural, para que todos priorizem o diálogo de igual para igual. E, por fim, o último ponto consiste em compreender que os valores defendidos em nossa sociedade não são únicos e nem são os melhores, e acima de tudo, devemos "aceitar que as demais culturas têm seu valor próprio é reconhecer que o mundo é feito de e para as diferenças" (FERRARI, 2015, p. 61).

Portanto, é possível confirmar que os projetos de uma maneira geral, através do discurso dos executivos, apresentam um misto de aspectos que envolvem a comunicação intercultural e o multiculturalismo. Os pontos do interculturalismo destacados são essenciais para que as ações tenham um fim significativo de contribuição para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho surgiu com a proposta de entender de que forma as organizações privadas, por meio das Relações Públicas, são capazes de contribuir com um dos maiores problemas sociais no Brasil e no mundo atualmente: a crise de refugiados. Dessa forma, os Estudos Culturais, a Responsabilidade Social Empresarial e a Comunicação Intercultural foram as principais referências teóricas para o embasamento desta pesquisa, contribuindo para alcançar o objetivo de mapear as ações de Responsabilidade Social de organizações privadas que desenvolvam projetos ligados à inclusão de refugiados e portadores de visto humanitário no Brasil, além de identificar quais aspectos da Comunicação Intercultural estão presentes nessas ações. Com isso, inicialmente, foi necessário conceituar e apresentar o cenário de refúgio no Brasil e discutir os conceitos de globalização, cultura, diversidade e interculturalidade.

Durante a investigação foi de extrema relevância evidenciar a comunicação intercultural e por que esta deve estar presente nas práticas de Responsabilidade Social Empresarial.

Com a pesquisa exploratória, foi possível mapear os seis projetos de responsabilidade social que têm como público-alvo os refugiados e portadores de visto humanitário. Todos eles foram apresentados e descritos no trabalho, respondendo parte da indagação do trabalho, sobre como são as ações de Responsabilidade Social promovidas pelas organizações privadas para esta minoria.

No entanto, como esta investigação enfatiza a comunicação intercultural, foi necessário entender se os projetos contêm suas bases, respondendo ao complemento do problema de pesquisa proposto que questiona de que forma os aspectos da comunicação intercultural aparecem na divulgação dos projetos e no discurso dos gestores. Diante disso, como meio de coletar os dados, foi elaborado um questionário semiestruturado via Formulário Google, enviado por e-mail para os gestores das ações mapeadas.

À vista disso, houve retorno de seis questionários, dentro de um universo de nove organizações capazes de participar da pesquisa. Assim, foi possível observar as características dos projetos através da fala de quem os viabiliza e responder à segunda pergunta. Entre os projetos que tiveram participação da organização na pesquisa estão: “Programa de Apoio para a Recolocação de Refugiados – PARR”,

“Trilhas da Cidadania”, “Empoderando Refugiadas” e “Curso de Português para refugiados”.

Com relação aos resultados da análise da fala dos gestores, percebe-se que existem nela aspectos da comunicação intercultural, principalmente quando discursam de que forma o projeto auxilia os refugiados a melhorarem sua qualidade de vida, característica também perceptível na divulgação e descrição das ações. Todos os objetivos e a forma como as ações são conduzidas demonstram o reconhecimento da situação de dificuldade e a tentativa de solucionar o problema. Nesse caso, as empresas detectaram a necessidade de colaborar na preparação do refugiado para o mercado de trabalho e ensinar a língua portuguesa.

No entanto, os projetos, de maneira geral, não conseguem colocar em prática todas as bases essenciais da proposta intercultural, principalmente no que tange à questão de um equilíbrio entre as culturas e à transformação social através da interação. Nesse ponto, quem ainda tem de realizar um esforço muito maior para se adaptar é o refugiado, enquanto as instituições que essa pessoa frequenta permanecem como único difusor de cultura. É como se o refugiado não tivesse nada para oferecer, sendo capaz somente de receber culturalmente falando. Dessa forma, certos trechos dos discursos caem na noção de multiculturalismo que, de acordo com Hall (2003), representa um conjunto de ações incompletas, que não dão conta de acabar com as raízes dos diversos problemas pelos quais passam os refugiados: a xenofobia e o racismo.

Vale constatar que, após a análise feita das falas dos gestores, percebe-se que os projetos que mais se aproximam de aspectos da comunicação intercultural são o Programa de Apoio para a Recolocação de Refugiados – PARR e o Trilhas da Cidadania. O primeiro por valorizar toda a trajetória – principalmente profissional – do refugiado, e o segundo por apresentar um método de ensino do idioma, valorizando tanto o contexto de origem quanto o atual do refugiado.

A própria essência das Relações Públicas se relaciona com a noção de comunicação intercultural, principalmente no que tange à questão de priorizar a comunicação de mão dupla, pois considera os públicos não somente como receptores, mas também como emissores e produtores de informação. Por isso, mais uma vez, as práticas de responsabilidade social, ao adotarem essa dinâmica, têm mais chances de cumprir seu papel social por completo e, consequentemente, fortalecer o status de empresa cidadã da instituição viabilizadora do projeto.

Diante disso, pode-se afirmar que vivemos num contexto em que a globalização e a aceleração das migrações impulsionam o movimento de tradução das identidades (HALL, 2006) e evidenciam cada vez mais a hibridização cultural nas sociedades. Nesse sentido, se a comunicação, como afirma Canclini (2013), é essencial para incluir e compartilhar essas novas representações culturais e práticas sociais, o posicionamento das Relações Públicas e da Responsabilidade Social Empresarial através da comunicação intercultural se torna imprescindível no relacionamento das organizações com seus diversos públicos, para que suas práticas não se transformem em mera filantropia empresarial. É exatamente aqui que reside o grande desafio: ir além do simples reconhecimento e assimilar a diversidade cultural como parte inerente de nossa própria realidade.

Por fim, é essencial destacar que, para que o ciclo de conhecimento dessas iniciativas fosse completo, seria muito interessante ouvir os refugiados participantes de cada projeto estudado, ficando essa perspectiva como sugestão para futuros trabalhos.

## REFERÊNCIAS

ACNUR. **Paraná vai inserir refugiados colombianos no mercado de trabalho**. 24 nov. 2014. Disponível em: <<http://www.acnur.org/portugues/noticias/noticia/parana-vai-inserir-refugiados-colombianos-no-mercado-de-trabalho/>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. **Refugiado ou Migrante?** O ACNUR incentiva a utilizar o termo correto. 01 out. 2015. Disponível em: <<http://www.acnur.org/portugues/noticias/noticia/refugiado-ou-migrante-o-acnur-incentiva-a-usar-o-termo-correto/>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

\_\_\_\_\_.; CONARE. **Sistema de Refúgio Brasileiro: Desafios e perspectivas**. 2016. Disponível em: <[http://www.acnur.org/fileadmin/scripts/doc.php?file=fileadmin/Documentos/portugues/Estatisticas/Sistema\\_de\\_Refugio\\_brasileiro\\_-\\_Refugio\\_em\\_numeros\\_-\\_05\\_05\\_2016](http://www.acnur.org/fileadmin/scripts/doc.php?file=fileadmin/Documentos/portugues/Estatisticas/Sistema_de_Refugio_brasileiro_-_Refugio_em_numeros_-_05_05_2016)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

ASHLEY, P. **Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ÁVILA, O. **O Haiti em Curitiba: um olhar interpretativo das práticas comunicativas dos haitianos no novo território**. 201 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

BANDEIRA, L. Sem programa específico para refugiados, Brasil coloca centenas de sírios no Bolsa Família. **G1**, 14 out. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2015/10/sem-programa-especifico-para-refugiados-brasil-coloca-centenas-de-sirios-no-bolsa-familia.html>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

BANKS, S. **Multicultural Public Relations: A social interpretative approach**. New York: McGraw-Hill International Limited, 1995.

BARBOSA, M. Nós e eles: responsabilidade social dos media na construção de uma cidadania inclusiva. **Revista Comunicação e Sociedade**, Braga, Portugal, v. 21, p. 231-240, 2012.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARRUCHO, L. G.; COSTA, C. Brasil acolhe mais sírios que países na rota europeia de refugiados. **BBC Brasil**, 9 set. 2015. Disponível em: <[http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/09/150904\\_brasil\\_refugiados\\_sirios\\_comparacao\\_internacional\\_lgb](http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2015/09/150904_brasil_refugiados_sirios_comparacao_internacional_lgb)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Tradução de: GUARESCHI, P. A. 3. ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2004. p. 189-217.

BENNETT, M. Interculturalidade. Você sabe o que é?: entrevista. **Revista Época**, São

Paulo, 25 jul. 2011. Entrevista concedida a Lucas Hackrad. Disponível em: <<http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI250960-15228,00-INTERCULTURALIDADE+VOCE+SABE+O+QUE+E.html>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

BITTENCOURT, E.; CARRIERI, A. Responsabilidade social: ideologia, poder e discurso na lógica empresarial. **Revista de administração de empresas**, São Paulo, v. 45, p. 10-22, set./dez. 2005.

BRASIL. Lei n. 9.474, de 22 de julho de 1997. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 22 jul. 1997. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9474.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9474.htm)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. Resolução Normativa CNlg n. 97, de 12.01.2012. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 13 jan. 2012. Disponível em: <<https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=116083>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. Resolução Normativa CONARE n. 17, de 20.09.2013. **Diário Oficial da União**, Brasília, DF, 24 set. 2013. Disponível em: <<http://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=258708>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

\_\_\_\_\_. Ministério do Trabalho e Emprego. **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED)**. 2014. Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br>>

CABECINHAS, R. **Preto e branco**: A naturalização da discriminação racial. Porto: Campo das Letras, 2007.

CAMPOS, T. **Responsabilidade social e comunicação organizacional estratégica** – O caso Belgo JF. 81 f. Monografia – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2004.

CANCLINI, N. G. **A globalização imaginada**. São Paulo: Iluminuras, 2010.

CASALI, A. Ética e sustentabilidade nas Relações Públicas. **Revista Organicom**, São Paulo, v. 5, n. 8, p. 48-58, 2008.

CAVALCANTI, L. Novos fluxos migratórios: haitianos, senegaleses e ganeenses no mercado de trabalho brasileiro. In: GEDIEL, J. A. P.; GODOY, G. G. (Orgs.). **Hospitalidade e refúgio**. Curitiba: Kairós, 2016. p. 231-247.

CHARLEAUX, J. P. Qual a diferença entre visto humanitário e refúgio? **Nexo Jornal**, 20 jun. 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/06/20/Qual-a-diferen%C3%A7a-entre-visto-humanit%C3%A1rio-e-ref%C3%BAgio>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

COELHO JR., P. J. de. Diversidade nas organizações: entre a riqueza cultural e a disputa política. In: MOURA, C. P.; FERRARI, M. A. (Orgs.). **Comunicação, interculturalidade e organizações**: faces e dimensões da contemporaneidade. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2015. p. 66-95.

COGO, D. Mídia, imigração e interculturalidade: mapeando as estratégias de



mediatização dos processos migratórios e das falas imigrantes no contexto brasileiro. **Comun. Inf.**, v. 4, n. 1/2, p. 11-32, 2001.

\_\_\_\_\_. Comunicação e diversidade: cenários e possibilidades da comunicação intercultural em contextos organizacionais. In: MOURA, C. P.; FERRARI, M. A. (Orgs.). **Comunicação, interculturalidade e organizações**: faces e dimensões da contemporaneidade. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2015. p. 97-116.

DIEHL, F. O uso do conceito de estigma para compreender a discriminação contra o imigrante haitiano no interior do Rio Grande do Sul. **Revista Café com Sociologia**, v. 3, n. 2, p. 4-8, 2015.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

DUTRA, K. Projeto Trilhas da Cidadania ensina língua portuguesa a imigrantes e refugiados em São Paulo. **Redes**, 27 nov. 2012. Disponível em: <<http://redes.moderna.com.br/2012/11/27/projeto-trilhas-da-cidadania-ensina-lingua-portuguesa-a-imigrantes-e-refugiados-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

ELHAJJI, M. Comunicação intercultural: prática social, significado político e abordagem científica. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, Bauru, v. 2, n. 16, p. , 2006.

FERRARI, M. A. Comunicação intercultural: perspectivas, dilemas e desafios. In: MOURA, C. P.; FERRARI, M. A. (Orgs.). **Comunicação, interculturalidade e organizações**: faces e dimensões da contemporaneidade. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2015. p. 43-63.

FONSECA JUNIOR, W. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

FULGÊNCIO, C. Número de haitianos que entram no Brasil pelo Acre cai 96% em 12 meses. **G1**, 8 jan. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ac/acre/noticia/2016/01/n-de-haitianos-que-entram-no-brasil-pelo-acre-cai-96-em-12-meses.html>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

FRANGUIADAKIS, S. A pragmática do asilo: política de acolhimento e os limites do espaço público. In: GEDIEL, J. A. P.; GODOY, G. G. (Orgs.). **Hospitalidade e refúgio**. Curitiba: Kairós, 2016. p. 187-207.

FREDERICK, W. The growing concern over business responsibility. **California Management Review**, v. 2, p. 54-61, 1960.

GARBELINI, M. de F.; BRITO, W. L. de. O bom nem sempre é o justo: responsabilidade social para além dos domínios das empresas. **Revista Organicom**, São Paulo, v. 5, n. 8, p. 100-110, 2008.

GOFFMAN, E. **Estigma**: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1988.

GOMES, J. Empresas investem em projetos de responsabilidade social. **DC**, 31 mai. 2017. Disponível em: <<http://dc.clicrbs.com.br/sc/noticias/noticia/2017/05/empresas-investem-em-projetos-de-responsabilidade-social-9804078.html>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

GONTARZ, P. B. Relações Públicas e Responsabilidade social: em busca de um diferencial competitivo entre as organizações. In: INTERCOM SUL, 2008. **Anais do IX Congresso de Ciências da Comunicação**. Guarapuava: Universidade Estadual do Centro-Oeste, 2008, v.1 p. 1-8.

GRIPP, A. Colombianos se refugiam da guerra no Brasil. **O Globo**, 17 dez. 2006. Disponível em: <<http://pib.socioambiental.org/es/noticias?id=43795>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

GROHS, A. C. da C. P. Multiculturalismo e interculturalismo: estamos preparados para isso? In: VIII CONGRESSO BRASILEIRO CIENTÍFICO DE COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE RELAÇÕES PÚBLICAS. **Anais...** Londrina, 2014. p. 771-783. Disponível em: <[http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/\(cod2\\_21198\)Anais\\_VIII\\_ABRAPCORP\\_2014.pdf](http://abrapcorp.org.br/site/manager/arq/(cod2_21198)Anais_VIII_ABRAPCORP_2014.pdf)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

GUDYKUNST, W. B. **Communicating with strangers**. 4. ed. New York: McGraw-Hill International Limited, 2003.

GUIRDHAM, M. **Communicating across cultures**. West Lafayette: Ichor Business Books, 1999.

HALL, S. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Apicuri, 1997.

\_\_\_\_\_. **Da diáspora: identidades e mediações**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

\_\_\_\_\_. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Porto Alegre: DP&A, 2006.

HOFSTEDE, G. **Culturas e Organizações: Compreender a nossa programação mental**. Lisboa: Edições Sílabo, 2003.

INSTITUTO ETHOS. **Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis** – Glossário. 2017. Disponível em: <<http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2017/06/Glossário-2017.pdf>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

KUNSCH, M. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

\_\_\_\_\_. **Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada**. 3. ed. São Paulo: Summus, 1986.

LÉVI-STRAUSS, C. **Raça e história**. 1952. Disponível em: <[http://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/965742/mod\\_resource/content/1/Raça-e-História-Lévi-Strauss.pdf](http://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/965742/mod_resource/content/1/Raça-e-História-Lévi-Strauss.pdf)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

LOPES, C. M. S. A atuação do ministério público do trabalho em matéria de imigração e refúgio. In: GEDIEL, J. A. P.; GODOY, G. G. (Orgs.). **Hospitalidade e refúgio**. Curitiba: Kairós, 2016. p. 119-138.

LUSSI, C. Políticas públicas e desigualdades na migração e refúgio. **Psicologia USP**, São Paulo, v. 26, n. 2, p. 136-144, mai./ago. 2015.

MACIEL, E. Chegada de refugiados faz xenofobia crescer mais de 600% no Brasil, mas nem 1% dos casos chega à Justiça. **BrasilPost**, 20 jun. 2016. Disponível em: <[http://www.brasilpost.com.br/2016/06/20/xenofobia-brasil-justica\\_n\\_10558742.html](http://www.brasilpost.com.br/2016/06/20/xenofobia-brasil-justica_n_10558742.html)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

MAGALHÃES-RUETHER, G. Países da União Europeia violam tratados em comum ao recusarem refugiados. **O Globo**, 3 set. 2015. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/mundo/paises-da-uniao-europeia-violam-tratados-em-comum-ao-recusarem-refugiados-17386579>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

MCLUHAN, M. **A Galáxia de Gutemberg**: A Formação do Homem Tipográfico. Toronto: University of Toronto Press, 1962.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

NUNES, B. F.; CAVALCANTI, L. O imigrante e o direito à indiferença: algumas questões teóricas. In: SANTIN, T.; BOTEGA, T. (Orgs.). **Vidas em trânsito**: conhecer e refletir na perspectiva da mobilidade humana. Porto Alegre: EdiPUCRS, v.1, 2014. p. 135-159.

OLIVEIRA, M. J. da C. Empresas e Responsabilidade Social. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Salvador. CD-ROM.

OLIVEIRA, E. de et al. Análise de conteúdo e pesquisa na área da educação. **Revista diálogo educacional**, Curitiba, v. 4, n. 9, p. 11-27, mai./ago. 2003.

OLIVEIRA, J. A. P. de. **Empresas na sociedade**: sustentabilidade e responsabilidade social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA, A.; FREITAS, M.; MOREIRA, T.; MORESCO, M. Diversidade Sexual nas Organizações: entre o discurso social e a realidade marginalizada. In: INTERCOM SUL 2015. **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação**, Joinville: Univille, 2015, v.1 p. 3-8.

ONU. Refugiados terminam curso no Sebrae e buscam financiamento para futuras empresas. **OnuBR**, 24 ago. 2016. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/refugiados-terminam-curso-no-sebrae-e-buscam-financiamento-para-futuras-empresas/>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

PIOVESAN, A.; TEMPORINI, R. Pesquisa exploratória: procedimento metodológico

para o estudo de fatores humanos no campo da saúde pública. **Rev. Saúde Pública**, n. 29, a. 4, p. 318-325, 1997. Disponível em: <[http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0034-89101995000400010&script=sci\\_arttext&lng=>](http://www.scielo.org/scielo.php?pid=S0034-89101995000400010&script=sci_arttext&lng=>)> Acesso em: 9 jun. 2017.

REIS, T. Sírios já representam 1/4 dos refugiados no Brasil. **G1**, 24 abr. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2016/04/sirios-ja-representam-14-dos-refugiados-no-brasil.html>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

RIBEIRO, R.; MORESCO, M. C. Responsabilidade Social e Experiências Educomunicativas: Levantamento em Organizações Paranaenses. In: II EDUCOM SUL. **Anais do II Educom Sul**, v. 12, p. 1-5. Ijuí/RS: Unijuí, 2013.

RODRIGUES, M. Pedidos de refúgio no Brasil crescem 2.868% em cinco anos, diz Justiça. **G1**, 10 mai. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2016/05/pedidos-de-refugio-no-brasil-crescem-2868-em-cinco-anos-diz-justica.html>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

SEBASTIÃO, S. P.; FERNANDES, T. J. A comunicação intercultural nas organizações: exemplos dinamarqueses. **Revista Internacional de Relaciones Públicas**, Málaga, v. 5, n. 9, p. 27-46, 2015.

SESC. Uma nova chance. **SescSP online**, 17 mar. 2014. Disponível em: <[http://www.sescsp.org.br/online/artigo/7402\\_UMA+NOVA+CHANCE](http://www.sescsp.org.br/online/artigo/7402_UMA+NOVA+CHANCE)>. Acesso em: 9 jun. 2017.

SROUR, R. Ética empresarial sem moralismo. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 2-22, 1994.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

UNESCO. **Investir na diversidade cultural e no diálogo intercultural**. Relatório Mundial da Unesco. 2009. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001847/184755por.pdf>>. Acesso em: 9 jun. 2017.

WITTGENSTEIN, L. **Tractatus Logico-Philosophicus**. Tradução de SANTOS, L. H. L. dos. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.

WOODWARD, K.; HALL, S.; SILVA, T. T. da (Orgs.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

YAMAOKA, E. J. O uso da Internet. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ZAMBERLAM, J.; CORSO, G.; CIMADON, J. M.; BOCCHI, L. **Os novos rostos da imigração no Brasil – Haitianos no Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Solidus, 2014.

## APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIO

### Questionário - Projeto de Responsabilidade Social para refugiados

Sexo: ( ) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Entre 18 e 22 anos / Entre 23 e 27 anos / Entre 28 e 32 anos / Entre 33 e 37 anos / Entre 38 e 42 anos / Entre 43 e 47 anos / Acima de 48 anos

Formação: Administração / Comunicação Social - Jornalismo / Comunicação Social - Relações Públicas / Comunicação Social - Publicidade e Propaganda / Educação/Pedagogia / Serviço Social / Outro \_\_\_\_\_

Cargo:

Setor da empresa:

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

- ( ) Oferecer a capacitação profissional
- ( ) Ensinar língua portuguesa
- ( ) Alertar sobre regras e normas trabalhistas
- ( ) Informar sobre a utilização de serviços públicos
- ( ) Outro \_\_\_\_\_

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

- ( ) Compromisso com o desenvolvimento social
- ( ) Diferencial competitivo
- ( ) Fortalecimento de cultura organizacional
- ( ) Incentivo fiscal
- ( ) Pressão da opinião pública
- ( ) Outros \_\_\_\_\_

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

- ( ) Sim ( ) Não ( ) Não sei afirmar

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

Não sei afirmar / Até 5 pessoas / De 6 a 10 pessoas / De 11 a 15 pessoas / De 16 a 20 pessoas / De 21 a 25 pessoas / De 26 a 30 pessoas / De 31 a 35 pessoas / De 36 a 40 pessoas / De 41 a 45 pessoas / De 46 a 50 pessoas / Mais de 51 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

Não sei afirmar / Até 5 pessoas / De 6 a 10 pessoas / De 11 a 15 pessoas / De 16 a 20 pessoas / De 21 a 25 pessoas / De 26 a 30 pessoas / De 31 a 35 pessoas / De 36 a 40 pessoas / De 41 a 45 pessoas / De 46 a 50 pessoas / Mais de 51 pessoas

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

( ) Francês ( ) Inglês ( ) Português ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

( ) Reputação das instituições

( ) Experiência de atuação

( ) Projetos inovadores que essas instituições realizam

( ) Aprendizado com a instituição

( ) Outro \_\_\_\_\_

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

( ) Não verifica

( ) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil

( ) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto

( ) Outro \_\_\_\_\_

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade.

## APÊNDICE 2 – RESPOSTAS DOS QUESTIONÁRIOS POR EMPRESA

### Resposta 1

Empresa: EMDOC Servicos Especializados - PARR

Sexo: ( ) Feminino (x) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Entre 33 e 37 anos

Formação: Administração

Cargo: Gestor de Financas Internacionais

Setor da empresa: Financeiro

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

(x) Oferecer a capacitação profissional

( ) Ensinar língua portuguesa

( ) Alertar sobre regras e normas trabalhistas

( ) Informar sobre a utilização de serviços públicos

(x ) Outro: Incluir estes profissionais no mercado de trabalho brasileiro

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

O PARR é um projeto 100% patrocinado pela EMDOC, não temos incentivo fiscal , doações ou qualquer outro tipo de incentivo, nosso projeto é transparente e tem como único objetivo auxiliar esta população que está recomeçando a vida aqui. E a relação com a missão é valores é a transparência, ética, respeito ao outro .

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

(x) Compromisso com o desenvolvimento social

( ) Diferencial competitivo

( ) Fortalecimento de cultura organizacional

( ) Incentivo fiscal

( ) Pressão da opinião pública

( ) Outros \_\_\_\_\_

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

O PARR foi criado em 2011 depois que participamos de uma oficina de refugiados e ninguém havia falado no ponto principal que era a recolocação destes profissionais no mercado de trabalho brasileiro. Entendemos que além de toda a ajuda humanitária temos que inserir esta população em nosso ambiente profissional e pessoal.

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

A missão do PARR é desmistificar o que é o refúgio e mostrar para as empresas que são profissionais altamente qualificados e somente precisam de uma oportunidade.

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

(x) Sim ( ) Não ( ) Não sei afirmar

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

Mais de 51 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

Mais de 51 pessoas

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

(x) Francês (x) Inglês (x) Português (x) Espanhol ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

( ) Reputação das instituições

( ) Experiência de atuação

( ) Projetos inovadores que essas instituições realizam

( ) Aprendizado com a instituição

(x) Outro: ACNUR - por ser a Instituição competente no Brasil e a Cáritas por ser parceira da ACNUR e NAO TER FINS LUCRATIVOS

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

( ) Não verifica

( ) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil

( ) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto

(x) Outro: Relatórios, entrevistas de feed back com as empresas e com refugiados, etc

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?

A partir de 2011 - em andamento

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade.

Nosso foco principal é mostrar para a sociedade brasileira que estas pessoas que estão refugiadas hoje no Brasil, em seus países de origem eram doutores, professores, engenheiros, médicos, entre outras profissões e que podem agregar muito em nosso ambiente corporativo e pessoal, trazendo uma nova cultura, uma nova língua a ser aprendida.



## Resposta 2

Empresa: Sodexo

Sexo: (x) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Entre 23 e 27 anos

Formação: Comunicação Social - Relações Públicas

Cargo: Analista de Comunicação Externa

Setor da empresa: Comunicação Externa e Sustentabilidade

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

(x) Oferecer a capacitação profissional

( ) Ensinar língua portuguesa

(x) Alertar sobre regras e normas trabalhistas

( ) Informar sobre a utilização de serviços públicos

( ) Outro \_\_\_\_\_

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

A Sodexo possui a responsabilidade social como um de seus pilares, temos um Plano de sustentabilidade que é seguido pelos 80 países em que a empresa atua, o Better Tomorrow 2025, que propõe 9 compromissos envolvendo Indivíduos, Comunidades locais e Meio Ambiente. Nesse sentido a Sodexo entende que tem um papel fundamental no desenvolvimento da comunidade em que atua e as pessoas nelas inseridas.

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

( ) Compromisso com o desenvolvimento social

( ) Diferencial competitivo

( ) Fortalecimento de cultura organizacional

( ) Incentivo fiscal

( ) Pressão da opinião pública

(x) Outro: O Projeto foi desenvolvido pelo Pacto Global da ONU, e como uma das signatárias, a Sodexo se interessou pelo tema e se envolveu no projeto desde o início como um dos apoiadores. Esse projeto vai de encontro com os pilares Diversidade e Inclusão da empresa, que são: Gênero, Gerações, Etnias, PCDs e LGBTQs. O Projeto Empoderando Refugiadas nos interessou pois trabalha dois desses pilares, o de Gênero, em que promovemos a igualdade e o empoderamento feminino no mercado de trabalho, e também o princípio Etnias, em que a Sodexo promove a inclusão e a diversidade étnica e cultural dentro da empresa sem preconceitos.

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

Os refugiados são um público de extrema fragilidade, e a Sodexo busca ajudar a os que necessitam dentro da comunidade em que atua.

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

Dentro da Sodexo, após a primeira edição, 2 refugiadas foram contratadas por nós, além disso, muitas outras mulheres iniciaram seus próprios negócios e/ou entraram no mercado. O projeto tem uma grande importância pois coloca em foco no mercado e na mídia pessoas que não possuem tantas oportunidades e às ajuda entender seus

direitos e como entrar no mercado. A Sodexo também estabeleceu uma meta de abrir mensalmente vagas para refugiados no país.

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

(x) Sim ( ) Não ( ) Não sei afirmar

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

De 21 a 25 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

Não sei afirmar

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

( ) Francês ( ) Inglês (x) Português ( ) Espanhol ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

( ) Reputação das instituições

(x) Experiência de atuação

(x) Projetos inovadores que essas instituições realizam

(x) Aprendizado com a instituição

( ) Outro \_\_\_\_\_

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

( ) Não verifica

( ) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil

(x) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto

( ) Outro \_\_\_\_\_

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?

Começou em novembro de 2015 e segunda edição em 2017.

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade.

-

### Resposta 3

Empresa: Editora Moderna

Sexo: (x) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Entre 38 e 42 anos

Formação: Outro: Advogada

Cargo: Gerente de Relações Institucionais

Setor da empresa: Relações Institucionais

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

( ) Oferecer a capacitação profissional

(x) Ensinar língua portuguesa

( ) Alertar sobre regras e normas trabalhistas

(x) Informar sobre a utilização de serviços públicos

( ) Outro \_\_\_\_\_

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

A Editora Moderna exerce a responsabilidade social corporativa por meio de práticas sustentáveis e no desenvolvimento de ações que reafirmam o seu compromisso com a qualidade da educação no País. Seu relacionamento com os diferentes públicos – funcionários, fornecedores, clientes, governo, sociedade civil - está pautado pela ética, profissionalismo e compromisso social.

Entre as principais iniciativas está a publicação e divulgação de obras de referência para o debate e o desenvolvimento de políticas públicas educacionais. A Editora também apoia projetos que levam educação e cultura para grupos distintos, favorecendo a cidadania, como é o caso do Projeto Trilhas da Cidadania.

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

(x) Compromisso com o desenvolvimento social

( ) Diferencial competitivo

( ) Fortalecimento de cultura organizacional

( ) Incentivo fiscal

( ) Pressão da opinião pública

( ) Outros \_\_\_\_\_

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

A Editora também apoia projetos que levam educação e cultura para grupos distintos, favorecendo a cidadania.

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

O projeto visava assegurar o ensino da língua portuguesa de modo que os participantes do projeto tivessem autonomia para reconstruir suas vidas em um novo país, ampliando seu potencial de comunicação. Mas era igualmente importante que o português servisse como porta de entrada para percorrer um caminho ainda tortuoso no Brasil, representado pela inclusão efetiva e pela garantia de cidadania dessa população.

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

( ) Sim ( ) Não (x) Não sei afirmar

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

Mais de 51 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

Não sei afirmar

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

( ) Francês ( ) Inglês (x) Português ( ) Espanhol ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

( ) Reputação das instituições

(x) Experiência de atuação

( ) Projetos inovadores que essas instituições realizam

( ) Aprendizado com a instituição

( ) Outro \_\_\_\_\_

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

( ) Não verifica

( ) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil

( ) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto

( ) Outro: Avaliação contínua

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?

Início 2012 - Final em 2016

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade. Garantir que o processo de aprendizagem ocorra de forma contextualizada, levando em conta os interesses dos estudantes e em diálogo permanente com a cidade sintetiza a nossa proposta. Somadas às vulnerabilidades inerentes à situação de refúgio, a mudança de paradigma sobre o que, como e onde se aprende torna-se ainda mais desafiadora e relevante. Foi essa a tarefa assumida durante as cinco edições do projeto Trilhas da Cidadania. Era preciso, por um lado, assegurar o ensino da língua portuguesa de modo que os participantes do projeto tivessem autonomia para reconstruir suas vidas em um novo país, ampliando seu potencial de comunicação. Mas era igualmente importante que o português servisse como porta de entrada para percorrer um caminho ainda tortuoso no Brasil, representado pela inclusão efetiva e pela garantia de cidadania dessa população.

Ao longo desse percurso, o projeto assumiu como estratégia a aproximação de novos agentes ao processo educativo, articulando a oferta cultural do centro de São Paulo com as demandas e interesses apresentados pelos solicitantes de refúgio e refugiados em sala de aula. Além de sensibilizar as equipes que atuam nesses locais para a realidade vivenciada

por esses migrantes, operando verdadeiras transformações nesses locais e na atuação das pessoas, o Trilhas da Cidadania contribuiu para a formação de um território intencionalmente mais educador. Um dado que ilustra esse impacto é a incorporação de refugiados ao quadro de funcionários desses espaços e serviços, como é o caso do ex-aluno do curso contratado para trabalhar no CATE. Tratando-se de São Paulo, principal local de destino da população migrante que chega ao Brasil, é preciso observar que o que hoje entendemos como a identidade dessa metrópole passa invariavelmente por sua composição diversa e multicultural. Considerando as dinâmicas das migrações contemporâneas e o papel ocupado pelo Brasil no mundo globalizado, projetos como o Trilhas da Cidadania endossam o compromisso da sociedade civil com a construção de soluções duradouras para os desafios oriundos desse fenômeno. Acreditamos que é papel do Estado brasileiro e da sociedade civil proporcionar as condições necessárias para a adaptação de pessoas que saem de situações extremas em seus países de origem e, com muita força de vontade, chegam ao Brasil para morar, trabalhar e construir uma nova sociedade brasileira, mais justa, democrática e solidária. Migrar é um direito humano universal que, para ser efetivado no Brasil, precisa ser objeto de iniciativas e políticas públicas mais consistentes e eficazes. Deixamos aqui nossa contribuição, com o intuito de que essa experiência colabore para que o fenômeno ganhe a devida atenção no país, garantindo a todas as pessoas que aqui vivem condições de exercer uma cidadania plena hoje e sempre.

## Resposta 4

Empresa: Rede Brasil do Pacto Global

Sexo: (x) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Entre 28 e 32 anos

Formação: Outro: RI

Cargo: Assessora

Setor da empresa: ONU

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

(x) Oferecer a capacitação profissional

( ) Ensinar língua portuguesa

(x) Alertar sobre regras e normas trabalhistas

( ) Informar sobre a utilização de serviços públicos

( ) Outro \_\_\_\_\_

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

Incentivar empresas para contribuir para agenda da ONU de Desenvolvimento

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

(x) Compromisso com o desenvolvimento social

( ) Diferencial competitivo

( ) Fortalecimento de cultura organizacional

( ) Incentivo fiscal

( ) Pressão da opinião pública

( ) Outros \_\_\_\_\_

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

Pelo interesse pessoal e oportunidades de parceria

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

Através de capacitação em grupo e orientações individuais sobre direitos e mercado de trabalho e encaminhamento para vagas de trabalho (refugiadas); sensibilização das empresas

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

(x) Sim ( ) Não ( ) Não sei afirmar

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

Mais de 51 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

De 36 a 40 pessoas

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

( ) Francês ( ) Inglês (x) Português ( ) Espanhol ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

- ☐ ) Reputação das instituições
- ☒ ) Experiência de atuação
- ☐ ) Projetos inovadores que essas instituições realizam
- ☐ ) Aprendizado com a instituição
- ☐ ) Outro \_\_\_\_\_

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

- ☐ ) Não verifica
- ☐ ) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil
- ☒ ) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto
- ☐ ) Outro \_\_\_\_\_

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?  
Novembro 2015

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade. O projeto Empoderando Refugiadas tem resultados muito específicos tanto na vida das refugiadas quanto na sensibilização de empresas (mais de 200 representantes participaram das atividades)

## Resposta 5

Empresa: Foxtime Recursos Humanos Ltda

Sexo: (x) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Entre 33 e 37 anos

Formação: Administração

Cargo: Gerente

Setor da empresa: Desenvolvimento Organizacional

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

( ) Oferecer a capacitação profissional

( ) Ensinar língua portuguesa

(x) Alertar sobre regras e normas trabalhistas

( ) Informar sobre a utilização de serviços públicos

(x) Outro: Oferecer emprego. Prepará-las para entrevistas, oferecer sessões de mentoria e coaching, com o objetivo de empoderá-las economicamente.

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

Os valores de nossa empresa passam pelo respeito ao ser humano, nas formas mais amplas do conceito. Nós acreditamos que a principal forma de dignidade humana é através do emprego, já que o emprego possibilita o ser humano a conquistar seus sonhos e viver com dignidade. Porém essas pessoas chegam ao país sem informações básicas sobre como funciona nosso sistema de emprego, nossa legislação trabalhista, nossos hábitos e cultura organizacional. Sem esse conhecimento, essas pessoas estão vulnerabilizadas, disponíveis para golpes e, claro, marginalizadas.

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

(x) Compromisso com o desenvolvimento social

( ) Diferencial competitivo

( ) Fortalecimento de cultura organizacional

( ) Incentivo fiscal

( ) Pressão da opinião pública

( ) Outros \_\_\_\_\_

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

Por conta da vulnerabilidade social a que essas pessoas estão submetidas.

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

O projeto principalmente empodera essas pessoas com informação. Com a informação correta e entendendo como nosso país funciona, essas pessoas conseguem emprego no mercado formal ou formalizam seu pequeno negócio (como MEI, por exemplo) e passam a fazer parte do organismo social.

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

(x) Sim ( ) Não ( ) Não sei afirmar



7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

Mais de 51 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

De 46 a 50 pessoas

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

( ) Francês (x) Inglês (x) Português ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

( ) Reputação das instituições

(x) Experiência de atuação

( ) Projetos inovadores que essas instituições realizam

( ) Aprendizado com a instituição

( ) Outro \_\_\_\_\_

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

( ) Não verifica

( ) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil

(x) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto

( ) Outro \_\_\_\_\_

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)?

O projeto piloto começou em novembro de 2015 e agora estamos em andamento da segunda edição.

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade. Oferecer caminhos para que essas pessoas sejam autossustentáveis traz diversos benefícios à sociedade como um todo. Acelera a economia, acrescenta com a diversidade cultural, faz com que as pessoas sejam independentes e realizadoras, entre outros benefícios. Para a empresa, ganhamos em diversos pontos, porém os principais são: 1. Imagem corporativa, que mesmo não sendo o objetivo, abriu diversas oportunidades de mídia espontânea. 2. Salário emocional dos nossos colaboradores: todos que estão ou não envolvidos com o projeto relatam sentir orgulho de trabalhar numa empresa que se importa com essas questões. Percebemos nitidamente uma melhora do clima organizacional, com pessoas mais motivadas e gratas.

**Resposta 6**

Empresa: Serviço Social do Comércio de São Paulo

Sexo: (x) Feminino ( ) Masculino ( ) Outro \_\_\_\_\_

Idade: Acima de 48 anos

Formação: Serviço Social

Cargo: Assistente Técnico

Setor da empresa: Gerência de Estudos e Programas Sociais

1) Qual é o objetivo do projeto? (marque no máximo duas alternativas)

( ) Oferecer a capacitação profissional

(x) Ensinar língua portuguesa

( ) Alertar sobre regras e normas trabalhistas

( ) Informar sobre a utilização de serviços públicos

(x) Outro: Inserção socio cultural a refugiados. Ações socio educativas que tem o objetivo de facilitar a assimilação e compreensão da cultura brasileira a pessoas em situação de refugio no Estado de São Paulo

2) Como o projeto de responsabilidade social se relaciona com a missão e os valores da empresa?

Motivados pelo princípio de responsabilidade socia e a promoção do bem-estar social e da qualidade de vida.

3) O que levou a criação desse tipo de projeto?

(x) Compromisso com o desenvolvimento social

( ) Diferencial competitivo

( ) Fortalecimento de cultura organizacional

( ) Incentivo fiscal

( ) Pressão da opinião pública

( ) Outros \_\_\_\_\_

4) Por que o público-alvo escolhido foram os refugiados?

Por entendermos que pessoas que vivem uma situação de alta vulnerabilidade e que necessitam construir rapidamente novos vínculos sociais e culturais

5) De que forma você considera que o projeto contribua para a inclusão dos refugiados na sociedade brasileira?

A oferta de curso de Língua Portuguesa especialmente desenvolvido para atender as necessidades dessas pessoas, ações culturais e de troca de saberes, desenvolvidas pelos próprios refugiados nas unidades do Sesc São Paulo

6) O público interno da organização tem conhecimento desse projeto?

(x) Sim ( ) Não ( ) Não sei afirmar

7) Quantos refugiados participaram/participam do projeto?

Mais de 51 pessoas

8) Quantas pessoas têm/tinham o domínio do português?

Mais de 51 pessoas

9) Em qual língua o projeto foi/é executado?

( ) Francês ( ) Inglês (x) Português ( ) Árabe ( ) Crioulo ( ) Outro \_\_\_\_\_

10) Por que a empresa se juntou com organizações da sociedade civil, como a ACNUR e a Cáritas, por exemplo, para executar o projeto?

(x) Reputação das instituições

(x) Experiência de atuação

( ) Projetos inovadores que essas instituições realizam

( ) Aprendizado com a instituição

( ) Outro \_\_\_\_\_

11) Como a organização verifica se o projeto foi de fato efetivo para o público-alvo?

( ) Não verifica

(x) Realiza acompanhamento junto às organizações da sociedade civil

( ) Através do número de empregabilidade do total de pessoas que participaram do projeto

( ) Outro \_\_\_\_\_

12) Qual foi a data de início do projeto? Qual foi a data final (caso já tenha acabado)? As atividades iniciaram em 1996, logo após assinatura de convênio e até os dias de hoje.

13) Comente sobre a importância do projeto para a organização e para a sociedade. Extrema importância por entendermos que somos todos frutos do refugio.